

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ **KOMISJI KULTURY FIZYCZNEJ,
SPORTU I TURYSTYKI
(NR 26)
z dnia 10 października 2024 r.**

Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki (nr 26)

10 października 2024 r.

Komisja Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki, pod przewodnictwem posła **Tadeusza Tomaszewskiego (Lewica)**, przewodniczącego Komisji, zrealizowała następujący porządek dzienny:

- rozpatrzenie informacji na temat promocji Polski poprzez sport i kluby sportowe – kontynuacja;
- informacja na temat wsparcia odbudowy obiektów sportowych oraz wsparcia branży turystycznej na obszarach objętych powodzią w 2024 r.

W posiedzeniu udział wzięli: **Piotr Borys** sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki wraz ze współpracownikami oraz **Rafał Szmytke** prezes Polskiej Organizacji Turystycznej wraz ze współpracownikami.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Elżbieta Przybylska**, **Damian Stanisławski** – z sekretariatów Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Panie i panowie, otwieram posiedzenie Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki.

Witam serdecznie państwa posłów, zaproszonych gości.

Stwierdzam kworum.

Dziś mamy jeden punkt do rozpatrzenia, dlatego że na wniosek ministra aktywów państwowych temat dotyczący wsparcia finansowego klubów sportowych polskich związków sportowych przez spółki z udziałem Skarbu Państwa – kontynuacja poprzedniego tematu, który został przełożony na listopad z prośbą o dobre przygotowanie materiału. Stąd ten wniosek uwzględniłem, ale w to miejsce poprosiłem pana ministra Piotra Borysa o krótką informację dotyczącą pomocy w likwidowaniu skutków powodzi, jeśli chodzi o infrastrukturę sportową, infrastrukturę turystyczną i pomoc przedsiębiorcom turystycznym. Więc w pierwszym punkcie mamy rozpatrzenie informacji na temat bieżącej działalności i planów funkcjonowania Polskiej Organizacji Turystycznej, ale to dotyczy głównie promocji Polski poprzez sport, też jako kontynuacja tego tematu. W drugim punkcie będzie ta informacja, o której wspomniałem, dotycząca powodzi.

Witam serdecznie naszych gości, sekretarza stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki, pana posła Piotra Borysa. Witam serdecznie prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej, pana Rafała Szmytke wraz z osobami towarzyszącymi. Witam przedstawicieli strony społecznej.

Przystępujemy do realizacji porządku dziennego.

Uprzejmie proszę pana ministra o zabranie głosu.

Sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki Piotr Borys:

Tytułem wstępu, dziękuję bardzo za możliwość kontynuacji.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Przepraszam, panie ministrze. Chciałbym tylko dodać komunikat organizacyjny, że będziemy obradować do godziny 9:50, bo o 10:00 mamy głosowania. Jest wniosek pana posła, żeby jednak sprawnie prowadzić, żeby zdążyć do tego czasu, bez potrzeby przerywania posiedzenia.

Dziękuję.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Tak jest. Bardzo dziękuję.

Szanowny panie przewodniczący, szanowni państwo, promocja poprzez sport – pamiętamy poprzednie posiedzenie Komisji – w poprzedniej kadencji zmiana ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej pozwoliła na możliwość wydatkowania środków z działu 20. związanego z częścią sportową na promocję Polski, turystyczną promocję Polski poprzez wizerunek polskich sportowców.

W poprzedniej edycji wzięło udział 38 podmiotów, zawarto 40 umów. Głównie były to kluby sportowe – 35 podmiotów – oraz związki sportowe – dokładnie 3 związki sportowe. W tym roku w oparciu o założenia, które przedstawialiśmy na poprzedniej Komisji, zdecydowaliśmy się na podzielenie tej promocji na trzy istotne segmenty. Jest to wynik analiz poprzedniej edycji. Chcielibyśmy zwiększyć ogromnie efektywność tej kampanii, mając na uwadze przede wszystkim promocję Polski jako destynacji turystycznej w trzech priorytetach, o czym powie już w szczegółach pan prezes Szmytke z uwagi na to, że wykonawcą. Podobnie jak poprzednio, realizatorem umowy jest POT, zgodnie z założeniami ustawowymi, ale także zgodnie z podpisaną umową.

Trzy kluczowe priorytety. Pierwszy z nich dotyczy promocji i przeprowadzenia kampanii promocyjnej Polski o zasięgu międzynarodowym poprzez wizerunek polskich sportowców. To jest ten duży segment w 12 krajach Unii Europejskiej, głównie tych, które są związane z największym potencjałem turystów, którzy przyjeżdżają do Polski. Przypomnę, że w 2023 r. około 19 milionów turystów zagranicznych zostawiło w Polsce około 50 mld zł. Ma być to wycelowana segmentowa kampania zapraszająca do odwiedzin Polski poprzez wizerunek polskich sportowców. Drugi segment tej kampanii sprowadza się do promocji Polski poprzez wizerunek polskich sportowców uczestniczących w wydarzeniach o randze igrzysk olimpijskich, paralimpijskich, mistrzostw świata, mistrzostw Europy, także w czasie istotnych turniejów. Uznaliśmy, że ten element występowania polskich sportowców jest istotny do wypromowania. Trzeci segment jest związany z promocją poprzez głównie kluby sportowe. Obecnie 34 kluby podpisały taką mowę, ale o szczegółach tej kampanii w trzech segmentach opowie pan prezes Szmytke.

Zakładamy i mieliśmy takie plany, aby kampania tegoroczna była znacznie wyższa w zasięgach i dostępie naszego kraju do tych rynków zagranicznych, uwzględniając kontynuację tego, co było w ubiegłym roku poprzez kluby, ale rozszerzając również promocję o istotne wydarzenia międzynarodowe, w których uczestniczą polscy sportowcy, jak również tę dużą, celowaną, segmentową kampanię na rynkach międzynarodowych.

W związku z tym, że wykonawcą tej umowy jest Polska Organizacja Turystyczna, przekazałbym teraz, jeżeli pan przewodniczący pozwoli, głos panu prezesowi Szmytke, aby przedstawił część szczegółów poszczególnych trzech segmentów tej kampanii.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Zapraszam, panie prezesie.

Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej Rafał Szmytke:

Panie przewodniczący, szanowni państwo, postaram się w sposób syntetyczny przedstawić założenia do tej kampanii, nadmieniając, że to wszystko się dzieje. To znaczy, jesteśmy w trakcie, w środku, realizacji umowy, w związku z tym dokładne liczby będę podawał pewnie po jej wykonaniu, gdy będziemy ją podsumowywali. Tak jak pan minister powiedział, umowa została zawarta w lipcu i czas realizacji tego zadania mamy do końca tego roku. Jest to oczywiste z tego powodu, że jest to dotacja celowa z części 25.

Głównym założeniem z racji tego, że wykonawcą jest Polska Organizacja Turystyczna i takie zostało przed nami postawione zadanie, jest oczywiście promocja Polski – to jest główny temat – z wykorzystaniem wizerunku polskich sportowców, klubów sportowych czy dużych wydarzeń o dużym zasięgu medialnym, realizowanych zarówno w kraju, jak i za granicą. Zwiększenie rozpoznawalności Polski, a co za tym idzie zwiększony ruch turystyczny, to są oczekiwane i przewidywane efekty. Staraliśmy się i staramy się tak to zrobić, aby był to też efekt synergii, szczególnie w ramach pierwszego komponentu. Cała tegoroczna umowa – i tutaj pozwolę sobie też w trakcie omawiania podać kilka różnic, chociaż syntetycznie te różnice uwypuklimy na końcu – w stosunku do umowy zeszłorocznej i do jej realizacji składa się z trzech komponentów. W zeszłym roku mieliśmy

jeden komponent, a więc w zasadniczej większości promocję przez kluby sportowe. Obecnie mamy trzy komponenty.

Komponent A jest, powiedziałbym, typową, klasyczną kampanią promocyjną z wykorzystaniem wizerunku polskich sportowców, o dużym zasięgu. Komponent B jest to również przeprowadzenie kampanii, ale w oparciu o wizerunki sportowców, szczególnie przy okazji dużych wydarzeń medialnych, dużych wydarzeń sportowych. Z naszego punktu widzenia oczywiście patrzymy na to jako na wydarzenia, które mogą przynieść efekt w postaci zwiększenia rozpoznawalności naszego kraju jako atrakcyjnego turystycznie. Trzeci komponent – tutaj mamy najprościej, bo to jest to, co było w roku ubiegłym, a więc również prowadzenie działań promocyjnych, ale z wykorzystaniem działalności i tych wydarzeń, które realizują polskie kluby sportowe. Oczywiście warunki, które były określone w ustawie, są tutaj raz, że spełnione, a dwa – warunkami krytycznymi, a więc mówimy o przedsięwzięciach i klubach biorących udział w międzynarodowych rozgrywkach sportowych.

Króciutko opowiem o tym, co się w tej chwili dzieje. Mamy już wybrany podmiot, który z nami będzie współpracował przy realizacji tej dużej kampanii wizerunkowej, w której założenia budżetowe to jest 25 mln zł. W związku z tym z punktu widzenia działalności POT jest to bardzo znaczące działanie promocyjne. Jest to działanie, które przygotowaliśmy w sumie na 12 rynków europejskich, bo zostało to oczywiście poprzedzone głęboką analizą, na które rynki tę kampanię należy skierować.

Zostały przygotowane w pierwszej połowie roku również bardzo dokładne badania dotyczące sportowców i ich rozpoznawalności, bo też nasze widzenie i nasze podejście nie zawsze jest tożsame z tym, jak widzą Polskę i polskich sportowców Hiszpanie, Włosi, Niemcy czy Szwedzi. W związku z tym, powiedziałbym, zrobiliśmy to tak, jak zawsze robimy w polskiej organizacji przy każdej kampanii, a więc przygotowujemy wcześniej badania, analizy rynków, tak aby uszyć ten przekaz na miarę i w oparciu o tak przygotowany brief – poprzedzony badaniami, naszymi analizami i współpracą z naszymi ośrodkami zagranicznymi, bo są to rynki, te 11 rynków, plus Polska. Na wszystkich tych 11 rynkach istniejemy, jako Polska Organizacja Turystyczna, za pomocą naszych ośrodków zagranicznych. Po tej analizie, również zasięgowej, bo nie ukrywam, że taką też głęboko przeprowadziliśmy, wybraliśmy te rynki, gdyż ta kwota i możliwość dotarcia były wskazane jako najbardziej efektywne. Analizowaliśmy rynki dalsze, ale ze względu na to, że nastąpiłoby zbyt duże rozczłonkowanie tych działań, nie osiągnęlibyśmy efektu maksymalnego nasycenia przekazem.

W związku z tym mamy kampanię – w tej chwili wspólnie z agencją jesteśmy w trakcie procesu produkcyjnego. Przewidywane emisje spotów to sześć tygodni – listopad i początek grudnia. Kampanię będziemy prowadzili w oparciu o parę polskich sportowców w bardzo fajnej – tu troszeczkę już rąbka, nie tyle tajemnicy, co kreacji uchylam – korelacji, którzy między sobą wymieniają zdania na temat tego, gdzie spędzą weekend, gdzie warto pojechać. To wszystko będzie nasycone wspaniałymi widokami z polskich regionów, polskich atrakcji. Włożony jest w to też element obiektów UNESCO, Michelin, a więc polska kuchnia. Będzie się podobało. Mam nadzieję, że będę miał okazję państwu zaprezentować efekty kampanii po jej zakończeniu. Jeżeli chodzi o kanały dotarcia, to jest to kampania o bardzo szerokim zasięgu, od telewizji przez social media, przez wszystkie narzędzia internetowe, ale również – i warto na to zwrócić uwagę – z wykorzystaniem kanałów tych sportowców, którzy będą tutaj głównymi aktorami.

Tak jak powiedziałem, celem kampanii jest wzmocnienie polskiego wizerunku. Generalnie korzystamy i wykorzystujemy jeszcze to nasze realnie główne hasło, które po polsku brzmi: „Polska. Więcej niż myślisz”, ale przede wszystkim ono jest szyte na miarę rynków zagranicznych: „Poland. More than you expected”, bo badania też wskazały, że ta Polska cały czas jest zaskakująca, w tym pozytywnym tego słowa znaczeniu, dla turysty zagranicznego. Tak jak już powiedziałem, wizerunkiem ci sportowcy zachęcają, promują miejsca warte zobaczenia, atrakcje warte przeżycia. Staramy się, bo to jest rzecz dla nas bardzo istotna, aby była duża dawka emocji, a tutaj akurat połączenie tego przekazu z emocjami, które towarzyszą sportowi i sportowcom, jest jakby czymś najlepszym, z tym, co się w tej chwili, że tak powiem, na świecie sprzedaje i na tym układamy całe

nasze przedsięwzięcie. Oczywiście TikTok, wszelakie inne narzędzia, które są dostępne, przykładowa wizualizacja jak to będzie wyglądało, konkursy w trakcie, tak aby wciągnąć jak największą liczbę odbiorców.

Jesteśmy też zadowoleni z pierwotnych i teraz zakładanych zasięgów tej kampanii. Oczywiście wybór podmiotu, który nas wspiera w zakresie kreacji i zakupu mediów był w formie transparentnego postępowania, w którym złożono kilka ofert. Ta oferta rzeczywiście i jakością, i zasięgami była najlepsza – ona już w tych elementarnych założeniach generuje kilkaset milionów kontaktów z reklamą w granicach 700–800 mln. To jest moment, w którym jeszcze te negocjacje i dokładne wybory kanałów trwają, dlatego nie podałem twardej liczby, ale one wielokrotnie przekraczają to, czego nawet się spodziewaliśmy.

Komponent B, czyli można powiedzieć promocja Polski z wykorzystaniem cały czas polskich sportowców, ale jako ten motyw przewodni mamy tutaj duże wydarzenia sportowe, wokół których budujemy przekaz. Mamy tutaj wizerunki sportowców, ale tak jak już powiedziałem, jeżeli chodzi o istotne wydarzenia. Na ten komponent mamy przeznaczoną zapisaną w umowie kwotę ponad 10 mln zł. Tak jak państwo mogą zobaczyć na slajdzie, mamy już zakontraktowane środki, czyli jesteśmy po negocjacjach, po ustaleniu planów mediowych, po ustaleniu wszelkich działań w ramach czterech dużych wydarzeń, a równolegle do tego kontraktujemy kolejne.

Nadmienię, że te cztery pierwsze zasięgi generują – te cztery pierwsze wydarzenia – prawie 100 mln, bodajże 95–96 mln. Szacujemy, że z kolejnych wydarzeń, które są do zakontraktowania będzie też kolejnych kilkadziesiąt milionów w granicach 40 czy 50 mln. Zrealizowane, zakontraktowane to Diamentowa Liga, igrzyska paralimpijskie, Liga Narodów UEFA, finał mistrzostw Europy w piłce ręcznej kobiet, a jeszcze w ramach kontraktacji, a więc tego, co się w tej chwili dzieje: uniwersytecka liga hokeja na lodzie, King Cup, ATP Tour Masters 1000, puchar świata w skokach i mistrzostwa świata w pływaniu.

Przechodzę do komponentu C, który jest najbardziej znany, gdyż tutaj dużych zasadniczych zmian w stosunku do tego, co miało miejsce w roku ubiegłym, jeżeli chodzi o stronę organizacyjną i naszych działań, nie ma, aczkolwiek na kilku rzeczach się będę starał skupić – bardziej na tych, które doprecyzowaliśmy. Pragnę zwrócić uwagę, że jest to projekt, który nie miał miejsca w historii, w związku z tym też się wszyscy uczymy, zarówno nasi partnerzy, jak i my, w jaki sposób najbardziej efektywnie do tego podejść. Nie wiem, czy wszyscy państwo widzą, mogą odczytać, ale – tak jak pan minister powiedział – złożono 35 ofert, 34 kluby sportowe zakwalifikowały się w oparciu o te ustawowe kryteria i wyniki. W wyniku postępowania, a więc zapytania ofertowego, mamy już 34 beneficjentów: piłka siatkowa, koszykówka, tenis stołowy, piłka ręczna, hokej na lodzie i piłka nożna. Spodziewamy się tutaj zasięgów, czyli dotarcia z tym przekazem, który dla nas jest najbardziej istotny, w granicach ponad 200 mln. Podział środków, bo w tym komponencie nie nadmieniłem – dysponujemy środkami w wysokości 20 mln zł. Na tym wykresie, a raczej diagramie kołowym, mamy pokazane, jaki podział środków występuje ze względu na rodzaje dyscyplin sportowych. Widać tutaj być może już wszystko.

Na kolejnym slajdzie widzimy już konkretnie, które kluby się zakwalifikowały, z podziałem na kobiety i mężczyzn. Mam się zatrzymać chwilę dłużej czy możemy przejść dalej?

Szanowni państwo, jeżeli chodzi o komponent C, tak jak już powiedziałem, doprecyzowaliśmy pewne działania i można powiedzieć, że w ramach tej kontraktacji, a więc negocjacji z klubami, z naszej strony jest oczekiwanie, i takie stawiamy warunki, aby skorzystać z jak największej możliwości dotarcia do potencjalnego turysty. Nasze kanały dotarcia dzielimy na media pozyskane, kampanie reklamowe i media własne, jak i promocje w samym miejscu wydarzenia.

Jeśli chodzi o wskaźniki zasięgu, to tutaj tylko króciutko, o czym mówię, czyli ten główny wskaźnik zasięgu, bo z tego jesteśmy rozliczani w ramach umowy przez ministra sportu i turystyki. To są wszystkie kontakty użytkowników z publikacją lub reklamą, z podziałem – jak państwo możecie zobaczyć – jak to jest liczone, bo to jest bardzo precyzyjnie określone, dla prasy, dla portali internetowych, dla transmisji telewizyjnych, mediów społecznościowych czy konkretnych wydarzeń.

Jeżeli chodzi teraz o główne różnice, główne założenia i kluczowe zmiany w odniesieniu do projektu dla 2023 r., to jesteśmy w tym momencie, w którym większą... To znaczy, w zeszłym roku również przykładaliśmy do tego dużą wagę, ale w tym roku przełożyło się to na bardzo sztywne zapisy prawne dotyczące dbania o wizerunek Polski, MSiT i POT, tak aby wyeliminować problemy. Pracujemy na pozytywny wizerunek, ale też wiemy, że zdarzają się sytuacje, w których ta sama siła mediów jednak działa w drugą stronę, z takim niszczącym działaniem. W związku z tym zapisaliśmy, i tego bardzo przestrzegamy, aby nasi partnerzy też dbali o to, żeby ten wizerunek był budowany w obszarze pozytywnym i żeby zabezpieczyć wszystkie działania tak, aby przeciwdziałać wszelakim negatywnym oddźwiękom. To jest szalenie ważne. Tutaj na sali są media, więc nikogo nie muszę też przekonywać, że dobra wiadomość się słabiej sprzedaje, a zła wiadomość i negatywne wydarzenie idzie z siłą wodospadu. W związku z tym jesteśmy zobligowani do tego, aby beneficjentów zobligować do dbania o najwyższą staranność o wizerunek Rzeczypospolitej. Opracowaliśmy, i tym byliśmy też zobligowani przez ministra sportu i turystyki, zespół klauzul, które umożliwiają nam, jako wykonawcy tej umowy, podejmowanie stosownych działań polegających na wypowiedzeniu, odstąpieniu od umowy w sytuacjach krytycznych. W tym zakresie MSiT zobowiązało polską organizację, aby na bieżąco i niezwłocznie informować ministra o zdarzeniach mających lub mogących mieć istotny wpływ na realizację umowy, w tym o wszelkich postępowaniach wyjaśniających, dyscyplinarnych, które się dzieją w obszarze naszych partnerów.

Teraz tak króciutko, jak w komponencie C ta praktyka wygląda. Pomiedzy POT a każdym z klubów zawierana jest umowa cywilnoprawna. Zwracam na to uwagę, bo jeszcze w zeszłym roku często się spotykałem z pytaniem: a jaka to dotacja poszła do klubu. Nie ma żadnej dotacji dla klubu. My, jako agenda odpowiedzialna za promocję Polski, możemy – i tutaj to realizujemy – dogadywać się z partnerem, w tym przypadku z klubem sportowym, na działania, które przynoszą efekt w postaci zwiększonej pozytywnej rozpoznawalności Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Dlatego też pozwoliłem sobie w drugim punkcie zaznaczyć, że POT nie udziela żadnych dofinansowań, zaliczek, zadatków, dotacji czy przedpłat. To wynika z ustawy o finansach publicznych.

Współpracujemy również z podmiotem, który na bieżąco analizuje nam media w układzie europejskim oraz *de facto* światowym. Dzięki temu, siadając do stołu z każdym klubem – bo klub przynosi ofertę, mówi: „Dobrze, mam media własne, mam ofertę działań, które chciałbym zrealizować” – analizujemy to z naszymi ekspertami, z ekspertami zewnętrznymi i w wyniku negocjacji zawieramy umowę, która określa pakiet świadczeń w postaci dotarcia z przekazem o turystycznej Polsce do odbiorców.

Ostateczna wartość wydatkowanych środków będzie dopiero znana po zakończeniu umowy, bo to, że mamy zawartą umowę z klubem X na kwotę 2 mln zł, to wcale... Kwota na pewno nie będzie większa, w tę stronę jakby to jest jasne, ale po zakończeniu umowy... Większość tych umów kończy się z końcem roku, bo to, że dane wydarzenie w komponencie B czy rozgrywki w komponencie C danego klubu kończą się, czy są umiejscowione w danym dniu, czy tygodniu kalendarzowym, to nie znaczy, że pakiet świadczeń, na który jesteśmy umówieni, nie jest w okresie dłuższym. Większość tych świadczeń, tak jak już powiedziałem, jest prawie do końca realizacji naszej umowy, w związku z tym dopiero wówczas rozliczamy to, co zostało umówione, w stosunku do tego, co zostało zrealizowane. Na podstawie tego wypłacana jest ostatnia transza środków.

Jeżeli chodzi jeszcze o zmiany tegorocznej edycji w stosunku do zeszłorocznej. W tegorocznej edycji ze względu na to, że nasza analiza zeszłorocznych działań pokazała, że mecze niższych klas nie są tak efektywne, bierzemy tylko fazę pucharową – mecze eliminacyjne w każdej z tych dyscyplin w tym roku nie były brane pod uwagę. To jest doświadczenie z zeszłorocznej edycji. Mamy określone przez MSiT bariery wejścia, to są właśnie te fazy pucharowe dla poszczególnych dyscyplin, i weryfikacja sposobu wyceny przedstawionej propozycji polega na tym, że liczymy wartość marketingową przedstawionych ofert, a w drugiej kolejności siłę dyscypliny. W zeszłym roku mieliśmy troszeczkę inaczej, patrzyliśmy przez pryzmat siły dyscypliny, ale po zdobyciu doświadczenia dla nas, dla agendy odpowiedzialnej za promocję, powiem, że to jest mniej istotne.

Czy siła dyscypliny jest większa czy mniejsza, dla nas bardziej istotny jest efekt marketingowy, bo z tego jesteśmy rozliczani i o to nam w całym tym przedsięwzięciu chodzi.

Jeżeli chodzi o poprawę jakości i efektywności materiałów promocyjnych, wprowadziliśmy cykl raportowania z realizacji poszczególnych zadań, w związku z tym my się na bieżąco spotykamy z naszymi partnerami. Mamy harmonogram działań, mamy już wypracowane wspólne media plany. Pojawił się również wymóg dotyczący akceptacji przygotowanych materiałów jeszcze przed produkcją, a nie tylko ich zakwalifikowanie po, jak i agregacja negatywnego PR, który pomniejsza PR pozytywny i neutralny, tak jak już wcześniej o tym opowiadałem. Takie działania wprowadziliśmy. Tyle syntetycznie.

Bardzo dziękuję za uwagę.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie panu prezesowi.

Myślę, że wspólnie, po tych prezentacjach, przynajmniej ja dochodzę do wniosku, że z programu, który był ukierunkowany, taki dotacyjny, do klubów piłkarskich, przechodzimy do profesjonalnego programu promocji Polski poprzez sport, z wykorzystaniem wizerunku naszych sportowców, także klubów uczestniczących we współzawodnictwie europejskim i światowym i, co ważne, również organizacji wielkich wydarzeń sportowych, na których polscy sportowcy są marką rozpoznawalną i w oparciu o ich rozpoznawalność budujemy promocję.

Szanowni państwo, rozpoczynamy dyskusję lub kierowanie pytań do pana ministra, do pana prezesa.

Jako pierwsza zgłosiła się pani poseł Żaneta Cwalina-Śliwowska. Uprzejmie zapraszam.

Poseł Żaneta Cwalina-Śliwowska (Polska2050-TD):

Dziękuję bardzo.

Chciałabym podkreślić, że bardzo cieszę się, iż ten program obejmuje w tym roku wiele dyscyplin, nie tylko piłkę nożną, ale mam pytanie właśnie co do piłki nożnej. To zadanie, realizowane w zeszłym roku, obejmowało cztery kluby piłkarskie: Raków Częstochowa, Legia Warszawa, Lech Poznań, Pogoń Szczecin. W tym roku w wyniku kryteriów regulaminowych co do kwalifikacji do lig te warunki spełniały dwa kluby: Jagiellonia Białystok i Legia Warszawa. Zostało w trakcie dodane kolejne kryterium, które dotyczy kar dla tych klubów. Faktem jest, iż regulamin przewiduje istnienie dwóch kar, natomiast nie uwzględnia tego, że te kary mogą być odwołane. W przypadku Legii Warszawa ta druga kara była ważna tylko przez 48 godzin i ona właściwie wyeliminowała ten klub w ogóle z możliwości brania udziału w programie. Mam pytanie, skąd to drugie kryterium? Rozumiem, że – tak jak pan prezes mówił – chodzi o ten pozytywny wizerunek: żeby eliminować jakieś wydarzenia, które mogłyby jednak w sposób negatywny wpłynąć na wizerunek. Właściwie na jakiej zasadzie, dlaczego to drugie kryterium zostało wprowadzone w momencie, kiedy Legia posiadała te dwie kary? Troszeczkę można powiedzieć, że to było takie kryterium celowane w to, aby pozbawić ten klub możliwości ubiegania się o tę dotację.

Z drugiej strony, patrząc na drugi klub, który jednak dostał możliwość korzystania z tych środków, na Jagiellonię Białystok, oni rzeczywiście w tym czasie nie mieli drugiej kary. Natomiast przed dniem podpisania umowy kibice także dopuścili się naruszeń dyscyplinarnych podczas meczu z Ajaxem Amsterdam, 22 sierpnia. Były użyte środki pirotechniczne, co podlega karze, także doszło do zamieszek wywołanych przez kibiców tego klubu, również do ataku na funkcjonariuszy holenderskiej policji. Stąd moje pytanie, gdzie jest równość traktowania, bo jeżeli mówimy o pozytywnym wizerunku, to zarówno jeden, jak i drugi klub ma tutaj sobie wiele do zarzucenia.

Z drugiej jednak strony, patrząc ogólnie na całokształt, chyba nie możemy sobie pozwolić na to, żeby w ogóle kluby piłkarskie wyeliminować z programu, bo jednak piłka nożna w Europie ma największą rozpoznawalność, największą popularność. Jeżeli chcemy w jakiś sposób doprowadzić do tego, żeby nasze kluby rywalizowały na równym poziomie z tymi gigantami, którzy – można powiedzieć – są już przedsiębiorstwami, korporacjami sportowymi, to wyeliminowanie ich z takiej potencjalnej promocji też nie jest dobrym kierunkiem. Nie chcę być adwokatem Legii Warszawa, bo z mojego miasta równie blisko jest do Białegostoku co do Warszawy, z miejsca, gdzie mieszkam, tak. Jednak chciałabym poznać

w pewnym sensie, jak państwo zapatrują się na transparentność oceny tego programu, ewentualnie, co można byłoby poprawić, a jeżeli nie można poprawić, to dlaczego.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Szanowni państwo, czy są pytania?

Pan poseł Jakub Rutnicki.

Poseł Jakub Rutnicki (KO):

Czy ktoś z państwa jeszcze się zgłaszał? Na razie nie.

Przede wszystkim chciałbym podziękować za to, że rzeczywiście mamy taki program, który wspiera różne rodzaje dyscyplin sportowych, bo mamy przecież fantastyczną siatkówkę. Pamiętam także te nasze prace dotyczące kwestii nie sportów drużynowych, ale naszych indywidualnych sportowców. Patrząc na pana prezesa i pana ministra, oczywiście gdy mówimy o największych nazwiskach, to mówimy o NBA, mówimy o Sochaniu, mamy też panią Igę. Myślę, że to absolutnie gigantyczny potencjał, i zdaję sobie sprawę, że to są rzeczy, które wymagają bardzo długich negocjacji i zachęcania, ale myślę, że powinniśmy też wykorzystywać te absolutnie światowe gwiazdy. Widzimy, co się dzieje w Serbii. Jak człowiek wylądować na lotnisku w Serbii, to Djoković jest wszędzie. Trzeba to jasno powiedzieć i myślę, że tam jest traktowany jak skarb narodowy, ale też ta maszynka marketingowa działa w sposób odpowiedni pod każdym względem. Myślę, że takie rzeczy trzeba wykorzystywać, bo też trzeba sobie powiedzieć, że kto wie, jak długo taka sytuacja będzie trwała. Życzymy sobie oczywiście, żeby trwało to jak najdłużej. Chciałbym też zapytać, jeżeli chodzi o kwestie tych naszych największych indywidualnych sportowców, czy ewentualnie też możemy liczyć na tego typu działanie i czy ewentualnie takie prace są podejmowane?

Myślę, że kwestia dotycząca fair play – także powinniśmy brać to pod uwagę. Uważam, że tutaj nie powinniśmy antagonizować klubów, że jeden tak, drugi nie, bo też to chyba nie o to, szanowni państwo, chodzi. Chodzi po prostu o zasady, które są spisane, i myślę, że są na tyle transparentne, że każdy wie, w jaki sposób i z czego może skorzystać. Czekamy na efekty, jeżeli chodzi o promocję filmów, bo oczywiście to też jest kluczowe. Mogą one być najlepsze i pewnie tak będzie, że one będą dobre, ale jest także pytanie, w jaki sposób i jakie będziemy generować zasięgi, jaki jest pomysł na to, żeby rzeczywiście na tych rynkach dla nas najważniejszych te materiały mogły się pojawiać.

Myślę też o tym, co jest kluczowe, bo cały czas zdajemy sobie sprawę z tego, co się dzieło na granicy polsko-białoruskiej – też bardzo dziękuję ministerstwu za to zaangażowanie, aby pokazywać, że właśnie tam, na granicy polsko-białoruskiej, jest bezpieczeństwo. Zdajemy sobie sprawę, że w skali geopolitycznej, gdy wojna jest za naszą wschodnią granicą, z punktu widzenia klienta japońskiego, chińskiego, amerykańskiego – bo przecież te rynki bardzo, powiedziałbym, dynamicznie się rozwijają – cały czas jest ten problem. Chciałem zapytać, czy właśnie pod tym względem, takiej bezpiecznej destynacji, też państwo się nad tym pochylacie w aspekcie działań promocyjnych.

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie.

Pan poseł Paweł Papke.

Poseł Paweł Papke (KO):

Dziękuję panie przewodniczący.

Szanowni państwo, pytanie odnośnie do tej promocji, do pana prezesa, czy do pana ministra, o kontynuację tego programu. Wiemy doskonale, że szczególnie w grach drużynowych sezon jest łamany, jeden przez drugi rok kalendarzowy, i teraz pytanie, czy ministerstwo i czy POT ma plany, żeby ten program uruchomić na początku stycznia czy lutego? Wiemy, że rozgrywki europejskie kończą się w grach drużynowych i najważniejsze etapy play-offowe i finałowe są w marcu, kwietniu i maju.

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie.

Bardzo proszę, kto jeszcze z państwa? Na tym etapie nie ma.
Pani poseł przewodnicząca Małgorzata Niemczyk.

Poseł Małgorzata Niemczyk (KO):

Panie przewodniczący, panie ministrze, panie prezesie, w dalszym ciągu mam wątpliwości co do efektywności wydawania pieniędzy w tym programie. Jeżeli chodzi nam o cel promocji Polski, to chciałabym wiedzieć dokładnie, według jakich wskaźników jest to wyliczone. Natomiast jeżeli naszym celem jest wsparcie klubów sportowych grających w rozgrywkach międzynarodowych, czy wsparcie imprez organizowanych w Polsce o randze turystycznej, o randze międzynarodowej sportowej, to jest to niepodważalny, olbrzymi atut naszego kraju. Mam duże wątpliwości, dlatego że te wszystkie wskaźniki, współczynniki różnego rodzaju, nazwijmy to nawet: „zakłęcia marketingowe”, dla mnie niekoniecznie to wszystko powodują.

Budżet na promocję Polski za granicą w naszym kraju nie jest zbyt imponujący, porównując go z innymi krajami europejskimi. Interesuje mnie ten ekwiwalent promocyjny, jak on się przekłada i jak on podnosi liczbę turystów. Czy te wyliczenia były robione osobno dla turystów związanych ze sportem i dla normalnej, zwykłej promocji Polski za granicą? Chciałabym wiedzieć, czy faktycznie jest wpływ, i jak on się na to przekłada. Osiągnięcia pucharowe naszych klubów nie są... Myślę, że sport indywidualny jest zdecydowanie mocniejszy, jeśli chodzi o promocję. Natomiast w pucharach siatkówka stoi mocno, inne drużyny jeszcze nie osiągają takiego efektu.

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Za chwilę pan poseł Janusz Szewiński, przedstawiciel najlepiej reprezentowanej w naszej Komisji dyscypliny. Przepraszam, Andrzej Szewiński. Bardzo proszę, panie pośle.

Poseł Andrzej Szewiński (KO):

Dziękuję.

Tylko ad vocem ostatniej wypowiedzi mojej koleżanki, która ma wątpliwości co do tej formuły przekazywania środków. Wspieranie klubów jest przy okazji. Tak naprawdę promocja rządzi się pewnymi regułami i to są pewne wartości do wyliczenia. Mamy dwie strony, dwóch partnerów, którzy są beneficjentami. Jednym partnerem jest Polska, która jest reprezentowana przez MSiT, a druga strona to jest klub, który świadczy te usługi zwiększające promocję logo Polski na arenie międzynarodowej, a przy okazji też, jak wspomniałem wcześniej, jest beneficjentem.

Dziękuję.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję.

Bardzo proszę pana ministra i pana prezesa o odpowiedzi na pytania.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Bardzo dziękuję.

Szanowni państwo przy okazji konstruowania tegorocznych założeń promocji braliśmy także pod uwagę te elementy, które są związane z budowaniem pozytywnego wizerunku i próbą przeciwdziałania wydarzeniom, które miały miejsce w ubiegłym roku, głównie wokół różnych zachowań kibiców. Otrzymaliśmy również takie informacje, mówię o piłce nożnej. Chcąc chronić wizerunek, bo przecież wydajemy środki publiczne, podjęliśmy rozmowy z Prokuraturą Generalną, w jaki sposób myśleć o zabezpieczeniu środków publicznych, bo wcześniejsze umowy nie miały tych klauzul, w których można po pierwsze wypowiedzieć umowy w przypadku, jeżeli jest naruszony wizerunek albo część informacji, tych negatywnych, jest na tyle nośna.

Teraz jest pytanie oczywiście o zważenie kampanii pozytywnej, ekwiwalentu pozytywnego i tego, co niesie ze sobą część negatywną, w oparciu o różne trudne wydarzenia. Takie klauzule zostały przedstawione w umowie między ministerstwem a POT, które dają po raz pierwszy możliwość, że można na przykład rozwiązać umowę bądź stworzyć inne kryteria, które wykonawca, czyli POT uzna za element, który w pewien sposób dopuszczają lub nie dopuszczają podmioty uprawnione do wydarzeń. Z tego, co wiem

i co przedstawił pan prezes, takie założenia zostały w POT przygotowane, aby dać jakąś część bariery kar dyscyplinarnych, by w jakikolwiek sposób zmierzyć możliwość dopuszczenia lub nie. POT przedstawił w tych założeniach kary UEFA, które są po prostu miernikiem. Co się wydarzyło, jest element bariery i wówczas dana oferta jest lub nie jest dopuszczona. O szczegółach powie pan prezes, bo jest wykonawcą tej umowy.

Z moich informacji wynika, że na etapie prezentacji czy wpłynięcia umowy Legia pokazała jedną karę, natomiast po weryfikacji tej umowy okazało się, że jednak są dwie kary UEFA. Szczegóły przedstawi pan prezes, bo on jest wykonawcą i zna wszystkie te drobiazgi wynikające z istoty kary UEFA.

Musimy stworzyć jakieś kryteria, żeby liczyły się zasady, bo jeżeli nie ma tych zasad, to jest trudniej w pewien sposób zachować samokontrolę. Przecież jeżeli mówimy o wizerunku Polski, a później dochodzi do różnych burd i po prostu mamy do czynienia z informacją bardziej negatywną niż pozytywną, to już jest pytanie, czy powinniśmy finansować taką promocję ze środków publicznych. Pewne kryteria zostały przyjęte w tym roku, ale po to, aby absolutnie pilnować się pewnych zasad. Będziemy analizowali ten rok, zobaczymy, co będzie w roku przyszłym. Myślę, że to także może być pewnym elementem takiej samodyscypliny. Czasami jest tak, żeby jednak nie prowokować pewnych wydarzeń, które mogą mieć za sobą kary UEFA, które są przecież sparametryzowane i dokładnie kluby i kibice wiedzą, za co można jaką karę otrzymać. Dla nas istotne w tym roku było istotne przede wszystkim trzymanie się pewnych zasad. Te zasady zostały odzwierciedlone w umowie, a następnie w kryteriach naboru wniosków. Z tego, co wiem, Jagiellonia spełniła wymogi, mimo tego, co wydarzyło się później. Natomiast Legia nie spełniła wszystkich wymogów formalnych, w związku z tym ta oferta nie była brana pod uwagę.

Jeżeli chodzi o kontynuację programu na przyszły rok, są środki przewidziane w budżecie. Będziemy nad tym budżetem jeszcze pracować, na razie w kwocie 10 mln zł, a więc mniejszej niż tegoroczna. Natomiast, i to chciałbym zasygnalizować państwu, będziemy chcieli przede wszystkim spowodować, aby POT miała stały duży dopływ środków finansowych, niewspółmiernie większy, do promocji polskiej turystyki. Prowadzimy prace, które niebawem będziemy przedstawiać publicznie, związane z opłatą turystyczną, szeregiem elementów, aby do budżetu POT, który od lat nie zwiększył się istotnie, dopłynęło znacznie więcej środków na stałą, dużą promocję Polski, w tym także poprzez polskich sportowców. Myślę, że ten instrument realnie zadziała już od 2026 r.

Potrzebujemy wielokrotnie więcej środków na skuteczną promocję Polski za granicą, jeżeli chcemy efektywnie zwiększać liczbę turystów zagranicznych. Również w tym kontekście, o którym mówił pan przewodniczący Kuba Rutnicki: promując Polskę jako bezpieczną destynację turystyczną. Zresztą temu też będzie poświęcony główny priorytet naszej prezydencji polskiej w obszarze turystyki, dokładnie związany z elementem bezpiecznych destynacji turystycznych. Jednak to, co wydarzyło się na Podlasiu, obecnie dzieje się na Dolnym Śląsku, Opolszczyźnie, czyli pewne wydarzenia, które są związane z siłą wyższą, taką jak część migracyjna czy skutki powodzi, one powodują, że turysta, który wyszukuje, czyta trendy, często omija miejsca potencjalnie zagrożone, mimo tego, że są w pełni bezpieczne. Dlatego przeprowadziliśmy promocję na Podlasiu. Rozmawiając, sugerowaliśmy także Jagiellonii, żeby w głównej mierze pokazała tę promocję Podlasia jako też miejsca bezpiecznego. To jest wielki atut, aby sportowcy wzięli udział właśnie w promocji Podlasia, Puszczy Białowieskiej jako miejsca absolutnie bezpiecznego o wielkim, ogromnym potencjale turystycznym.

Te elementy związane z bezpieczeństwem znajdują się po pierwsze właśnie w priorytetach polskiej prezydencji, natomiast pewien odpływ turystów z uwagi na wydarzenia wojenne w Ukrainie to był zauważalny odpływ części turystów japońskich, niewielkiej części turystów amerykańskich. Tutaj następują zmiany. Paradoksalnie jest tak, że im więcej mówi się o kwestiach obecności żołnierzy amerykańskich w Polsce, w różnych misjach, to to pobudza jeszcze zaufanie do kraju. To na początku było negatem, ale później okazało się, że może być to atutem, jeżeli chodzi o turystów amerykańskich.

Pozostałe destynacje, szanowni państwo, żeby myśleć i zmierzyć, wracam też do pytania pani poseł, czy jest ekwiwalent poza zasięgami, oczywiście umowy są sparametryzowane w taki sposób, aby pokazać ekwiwalent w dotarciu, w zasięgach. Te parametry

zostały przygotowane jeszcze w poprzedniej kadencji. Były pozytywnie ocenione przez Najwyższą Izbę Kontroli. Utrzymaliśmy te parametry, bo one są miarą, natomiast, czy można wyliczyć i przełożyć to bezpośrednio na turystów? Oczywiście w ogólnych liczbach tak. Mamy około 5% wzrost turystów zagranicznych liczony na razie do czerwca. Nie mamy jeszcze danych za trzeci kwartał. Natomiast, żeby myśleć fizycznie o systemie pomiarowym, to dopiero mniej więcej za półtora roku, kiedy stworzymy system badań nad polską turystyką. Nie chcę tego rozwijać obecnie, ale prowadzimy rozmowy z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju, aby stworzyć system takiego pomiaru, który da nam bardzo precyzyjne informacje, ilu turystów zagranicznych przyjechało do Polski, w jakim czasie, skąd, w jakie miejsca w Polsce i ile środków zostawili w Polsce. Takiego pomiarowania obecnie nie ma. Będzie to polegało na tym, że do jednego systemu danych wrzucimy dane po pierwsze z kart płatniczych, następnie z telekomów i z innych źródeł, głównie z Google, który będzie liczył trendy, plus zaprogramowana sztuczna inteligencja jako element prognostyczny. Wtedy będziemy wiedzieli, czy umowna kampania w Czechach da nam wzrosty w liczbie turystów, bo w tym roku szacujemy liczbę turystów na około 0,5 mln. Czesi odkryli polskie morze i to jest pewien nadzwyczajny trend, który się dzieje. W poprzednim roku 300 tys., w tym roku blisko 500 tys. Będziemy w stanie wyliczyć, czy celowana promocja na rynku czeskim da nam zwiększenie, czy nie, wiedząc o tym, ilu Czechów przyjechało, w które miejsca, to głównie dzięki parametrom telekomów, oraz ile pieniędzy wydali, jeżeli zapłacą kartami kredytowymi. Więc wyliczenie tego ekwiwalentu fizycznie dzisiaj nie jest absolutnie możliwe, poza ogólną liczbą. Ilu tych turystów przyjedzie do Polski dzięki promocji poprzez wizerunek polskich sportowców nie jesteśmy w stanie dzisiaj w żaden sposób określić.

Gwiazdy. Liczyliśmy bardzo mocno na Igę Świątek, ale niestety ta sytuacja związana z jej aktywnością sportową, zmianą trenera, nie pozwoliła skutecznie tego wykorzystać. Rozmawialiśmy z panią menadżer na temat zaangażowania w tym roku Igi Świątek. Żałujemy, natomiast liczymy, że w turnieju, w tym drugim komponencie, w Paryżu będzie Hurkacz, który wyraził chęć wzięcia udziału w tej kampanii. Ten drugi komponent jest głównie ukierunkowany w przekazaniu środków organizatorom dużych imprez bądź polskim związkom sportowym, które delegują naszych sportowców na turnieje, w czasie tych turniejów. Skoczkanie pod koniec roku, nasi pływacy – to są te wydarzenia, gdzie będziemy promowali Polskę także w pozostałych dyscyplinach, rozszerzając ten parametr klubowy, o którym rozmawialiśmy. Myślę, że to jest istotne.

Przejdziemy ten rok, zobaczymy jakie są efekty pomiarowe, jakie są wyniki. Myślę, że będziemy kontynuowali ten program. Mamy nasze wielkie atuty i myślę, że trzeba je po prostu skutecznie wykorzystać.

Dziękuję.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Panie prezesie, uprzejmie proszę.

Prezes POT Rafał Szmytko:

Panie przewodniczący, szanowni państwo, powiem tylko kilka zdań. Jeżeli pani przewodniczący pozwoli, to co do szczegółowego pytania, oddam głos pani dyrektor Annie Zabłockiej, która bezpośrednio nadzoruje proces zawierania umów.

Jeszcze w dwóch zdaniach chciałbym się odnieść do tematu bezpiecznej destynacji. Tak jak pan minister powiedział, to jest bardzo delikatny temat, bo w żadnej mierze nie można promować Polski jako kraju bezpiecznego, bo to przynosi dokładnie odwrotny efekt, jeżeli byśmy w taki sposób prowadzili komunikację. Prowadzimy komunikację, pokazując Polskę, ale zarazem zmieniliśmy narzędzia na takie, które spowodują, że właśnie ta informacja o Polsce dostępnej, bezpiecznej, pięknej, wspaniałej dociera jeszcze mocniej. Położyliśmy w tym roku w związku z sytuacją, jaką mamy, tak już nie wchodząc w szczegóły, nacisk na podróże studyjne. W stosunku do zeszłych lat zapraszamy zwiększoną ilość dziennikarzy z całego świata, którzy tutaj przyjeżdżają, bo żadna reklama nie przykryje tego, jak osoba przyjedzie, napisze, nakręci. Tutaj mówimy zarówno o dziennikarzach tak zwanej prasy tradycyjnej, jak i vlogerach, blogerach z całego świata, którzy stąd prowadzą swoimi kanałami relacje i w sposób naturalny pokazują, że jest tutaj

całkowicie bezpiecznie, mimo że wprost tego nie mówią, ale przyjazd tej osoby jest w najlepszy sposób świadectwem, że nasz kraj warto odwiedzić. To tylko taka techniczna drobnostka, która jest także szalenie istotna.

Jeżeli chodzi o kwestię efektywności kampanii, odpowiadając też na pytanie pani poseł Niemczyk – te kryteria, które są przyjęte, one zostały już pozytywnie zaopiniowane w rozumieniu kontroli NIK, która ten program w zeszłych latach kontrolowała. My, też czując większą potrzebę bliższego dowiedzenia się, na ile ten efekt istnieje, zdecydowaliśmy, że zaraz po kampanii przeprowadzimy takie badanie, które będzie pokazywało styczność z tą kampanią i ewentualny wpływ na podjęcie decyzji o przyjeździe w przypadku tych, którzy się z tą kampanią spotkali. To, co powiedział pan minister, jest prawdą, i jeszcze nikt na świecie nie wymyślił takiego precyzyjnego narzędzia, że w stosunku do tego jednego przekazu ktoś podejmuje decyzję, czy nie. Jak doskonale wiemy, na to, czy do danego kraju jedziemy z rodziną, czy organizujemy wyjazd służbowy, ma wpływ bardzo wiele czynników, w tym oczywiście też te kampanie i działania, które prowadzi POT.

Już podczas prac tej Komisji wielokrotnie to padało – wydaje się, że najprostszym czynnikiem jest przełożyć pieniądze zainwestowane w dany rynek na to, ilu przyjechało turystów. Wydaje się to proste pod jednym warunkiem – że inne czynniki byśmy wyeliminowali. Mielśmy takie przykłady, gdzie rozpoczęliśmy lata temu kampanię na rynku na przykład indyjskim, a nagle problem z wizami położył ten rynek i mieliśmy mimo wydatkowanych pieniędzy mniejsze przyjazdy, co wcale nie znaczy, że to źle. To znaczy źle, że wydaliśmy te pieniądze. Jak wtedy zrobiliśmy badania pozytywnej rozpoznawalności Polski jako potencjalnego kraju wizyty, ona skoczyła, i pewnie ci turyści, jak się problemy z wizami wtedy skończyły, przyjechali do Polski.

Jeżeli chodzi też o temat tych rynków odległych, właśnie wspomniane Indie czy Chiny, też o tym mówiłem bodając na poprzednim posiedzeniu, zaznaczyłem, że zdecydowaliśmy się na rynek europejski, bo wiemy, że tematy wizowe nie są jeszcze tematami najprostszymi, jeżeli chodzi o te rynki, i nie chcemy mieć takiego efektu, że my zapraszamy do kraju, po czym MSZ nie wydaje wiz. W związku z tym bardzo precyzyjnie poszliśmy w rynek krajowy.

Jeżeli chodzi o szczegóły, tak jak tu wybrzmiało, w umowie między POT i MSiT jest zapis mówiący właśnie bardzo precyzyjnie o tym wymogu dbania o wizerunek. Wytyczne Prokuratury Generalnej szły w tym kierunku i wręcz stanowiły o tym, aby podejmować działania prewencyjne. Na to pragnę zwrócić uwagę, a więc przed, a nie po. To było obszarem dużej dyskusji między nami a ministerstwem, jakie to obszary, ale ta wytyczna Prokuratury Generalnej, można powiedzieć, poniekąd przeważała – że musi być to jakiś element w miarę niedyskusyjny, taki obiektywny, i te kary dyscyplinarne nakładane przez podmioty zewnętrzne, a nie ocenianie przez POT, czy to narusza, czy nie narusza. Zresztą, szanowni państwo, bardzo trudno sobie wyobrazić, to jest nie do zrobienia, żeby w czasie rzeczywistym przy podejmowaniu decyzji w ciągu dni albo tygodni maksymalnie stworzyć jakieś inne narzędzie, które nie będzie wzbudzało emocji. Każde będzie wzbudzało, ale uznaliśmy, że podmiot zewnętrzny, który dokonuje takiej analizy i nie jest z nami związany, jest najbardziej obiektywny, stąd te kary dyscyplinarne się znalazły jako element prewencyjny. Jeśli chodzi o ten konkretny przykład, o którym tutaj była mowa, więc m.in. Legii, poproszę o odpowiedź panią dyrektor.

**Wicedyrektor Departamentu Wsparcia Rozwoju Turystyki Polskiej Organizacji Turystycznej
Anna Zabłocka-Szyber:**

Panie przewodniczący, szanowni państwo, odnosząc się do wypowiedzi pani poseł, czyli pytania pierwszego i ad vocem wypowiedzi pana prezesa, chciałabym wyraźnie podkreślić, że Polska Organizacja Turystyczna została zobligowana do dochowania należytej staranności zarówno na etapie kontraktacji, jak i realizacji poszczególnych umów. W związku z czym chciałabym zauważyć, że kwestie dotyczące kar dyscyplinarnych, o których wspominał pan prezes, a trudno sobie wyobrazić miernik, który byłby bardziej policzalny czy adekwatny, zostały wskazane zarówno w opisie przedmiotu zamówienia, w ogłoszeniu o zamówieniu i w istotnych postanowieniach umowy opublikowanych przez POT dla wszystkich sześciu dyscyplin sportowych – przypomnę: piłki nożnej, piłki ręcznej, piłki

siatkowej, koszy, koszykówki, hokeja na lodzie i tenisa stołowego – z informacją, że kary dyscyplinarne obejmujące okres, i to jest ważne, sześciu miesięcy od dnia złożenia przez poszczególne podmioty ofert będą brane pod uwagę i będą rozpatrywane przez POT. Oczywiście, tak jak wspominał pan prezes, nie osobiście, ponieważ my nie jesteśmy agencją wyspecjalizowaną w zakresie monitorowania mediów. Zrobił to podmiot zewnętrzny.

Chciałabym wyraźnie zdementować – w trakcie tego okresu, czyli od 20 sierpnia do końca, do dziś, te kwestie nie zostały zmienione. To były stałe zasady, tutaj padło takie stwierdzenie, że w trakcie zmieniliśmy. Myślę, że pani poseł odnosiła się być może do roku ubiegłego, bo to jest rzeczywiście zmiana, natomiast w trakcie nie zachodziły, tak że wyrażne dementi.

Natomiast jeśli chodzi o kary, pierwsza dotyczyła okresu z dnia 20 marca 2024 r. i była to kara dyscyplinarna nałożona przez UEFA i podobnie było z dnia 19 sierpnia 2024 r. Chciałabym też zdementować, bo w mediach pojawiała się informacja dotycząca komisji dyscyplinarnej, że ta kara również została wzięta pod uwagę. Otóż ta nie była przez nas w żaden sposób rozpatrywana i walidowana. Tak że to tytułem uzupełnia.

Dziękuję bardzo.

Posel Żaneta Cwalina-Śliwowska (Polska2050-TD):

Dobrze, czy mogę się odnieść?

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Bardzo proszę, ale uprzejma prosba, bo mamy jeszcze jeden punkt.

Posel Żaneta Cwalina-Śliwowska (Polska2050-TD):

Chciałabym tylko podkreślić, że sytuacja wygląda w ten sposób, że gdyby ogłoszenie zamówienia nastąpiło dzień wcześniej – 19 sierpnia – lub dwa dni później – 20 sierpnia, to Legia nie spełniałaby tego warunku wykluczenia, więc to jest moim zdaniem wysoce krzywdzące. Z kolei drugi klub Jagiellonia, gdyby ten okres trwał dłużej, to też miałby na swoim koncie już zaznaczone przewiny, o których wcześniej mówiłam. Nie mam zastrzeżeń co do samej realizacji umowy, bo rzeczywiście tutaj te warunki zostały spełnione. Bardziej zastrzeżenia co do doboru kryteriów, które eliminują kluby. Jakby nie było, to Legia jest klubem, który w zeszłym roku był jedynym, który reprezentował nas w UEFA. Tak więc też chciałabym, żeby na podstawie dzisiejszej Komisji, jeżeli nasi obywatele oglądają tę Komisję, wyjaśnić, żeby zrozumieli mechanizm decyzyjny, który zapadł, i stąd moje pytanie – dlaczego jest dobór takich kryteriów, a nie innych, skoro wcześniej ich nie było.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Jeszcze pan poseł Jakub Rutnicki.

Posel Jakub Rutnicki (KO):

Szanowni państwo, przesłuchując się tej debacie, myślę, że co do meritum, jeżeli chodzi o promocję Polski poprzez sport, nie podlega dyskusji, ale myślę, że to musi być nasza wspólna odpowiedzialność – klubów sportowych i kibiców. Myślę, że jak tutaj wszyscy jesteśmy, to każdy z nas albo większość z nas uważa, że to jest dość dobry pomysł albo dobry pomysł, ja tak uważam. Jeżeli jest to wyważony program wydawania publicznych pieniędzy na polskie kluby, dzięki którym budujemy naszą markę, myślę, że się wszyscy absolutnie co do tej kwestii zgadzamy. Myślę, że też musi być taka nasza wspólna odpowiedzialność i całego środowiska.

Nie chciałbym wchodzić w antagonizowanie klubów, czy ten klub tak, a tamten klub nie. Uważam, że każdy klub. Jestem z Wielkopolski, więc mam niebieskie serce Lecha Poznań. Pamięamy ten czas, gdy było to wielkie dla nas wydarzenie, bo Lech Poznań był w ćwierćfinale. Wtedy jeszcze walczyliśmy o kwestie transmisyjne i wydawałoby się, że rzecz niemożliwa, a prawie bylibyśmy w półfinale. Wtedy była zapowiedź, że będzie wsparcie. Niestety nasza drużyna, moja drużyna, nas wszystkich, bo przecież tutaj chyba się nie różnimy, jeżeli polskie drużyny grają w pucharach, to staramy się je wszystkie wspierać, nie otrzymała środków. W niedzielę będziemy na narodowym, ten kto ma szczęście, a jak nie, to większość z nas przed telewizorami, będziemy wspierać naszych chłopaków. W sobotę, przepraszam, a później we wtorek.

Myślę o tym, żeby rzeczywiście ten program miał sens i żeby on, wokół niego, naprawdę było takie wspólne wsparcie, to musimy być pewni, że złotówki, które będziemy wydawać, będziemy wydawać dobrze, ale też całe środowisko, włączając w to kibiców, musi też być w tej kwestii odpowiedzialne. Nie może być takiej sytuacji, że będziemy promować, a potem pewne wydarzenia gdzieś tam, w Europie, zupełnie nie będą takim obrazem, który my chcielibyśmy widzieć i w jaki sposób nasz kraj miałby być promowany na arenie międzynarodowej. Sądzę, że wypracowanie przejrzystych kryteriów dotyczących tego, kto i jakie warunki musi spełnić, jest kluczowe. Uważam, że tutaj też ważne byłoby, i tak to zabrzmiało ze strony pana ministra i pana prezesa, te kryteria są dość oczywiste, żeby nie antagonizować klubów. Musimy ten produkt sprzedać jako pewien ogół i myślę, że to jest w tym bardzo cenne.

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję.

Proszę o krótką odpowiedź ewentualnie.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Pracujemy oczywiście w sposób stały nad kryteriami, pamiętając o tym, że dysponujemy środkami publicznymi, i myślę, że to, co powiedział również pan przewodniczący i pan zastępca przewodniczącego, jest ważne. Jest też taka inicjatywa, na przykład „Kibice razem”, którą finansujemy w kwocie 2,5 mln zł, która integruje kibiców ze wszystkich klubów. Budowanie tej świadomości, że czasami jakieś wydarzenia mogą mieć daleko idące skutki, także w konsekwencjach po prostu finansowych, nie tylko kary, to też jest budowanie świadomości, relacji z kibicami i pewnej prewencji, która ma miejsce.

Jesteśmy otwarci, zakładamy, że ten program przecież będzie w jakimś zakresie funkcjonował także w przyszłym roku. Zakładamy, że do POT wpłyną dużo większe pieniądze, jak wspomniałem, już od 2026 r. Te kryteria muszą być obiektywne i zasady muszą być obiektywne dla wszystkich, i to jest istotne. Liczą się zasady – albo klub czy kluby je spełniają, albo nie. Zresztą we wszystkich dyscyplinach mogą się wydarzyć trudne rzeczy, jeżeli chodzi o kibiców. Często władze klubu nie muszą mieć wpływu na to, ale muszą mieć świadomość po prostu konsekwencji. Twórzmy te zasady w perspektywie kolejnych lat, oceniając to, co mamy obecnie. Jesteśmy otwarci także na taką pracę już na rok przyszły.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie.

Dobra informacja to sam program. Zła informacja to środki finansowe na przyszły rok. Jesteśmy na etapie wstępnym rozpoczęcia prac nad budżetem i musimy o tym również pamiętać.

Przechodzimy do punktu drugiego naszego posiedzenia – informacja ministra sportu i turystyki na temat form pomocy dla samorządów i podmiotów turystycznych, jeśli chodzi o powódź w zakresie infrastruktury sportowej, funkcjonowania firm turystycznych i branży.

Bardzo proszę, panie ministrze.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Bardzo dziękuję, panie przewodniczący.

Dzięki państwu posłom przyjęliśmy zmiany w tak zwanej ustawie powodziowej, która ma z naszego wspólnego obszaru odpowiedzialności odbudować infrastrukturę sportową, turystyczną i pomóc jednocześnie przedsiębiorcom turystycznym, za co chciałbym także podziękować, bo otrzymaliśmy delegację ustawową do zmian.

Po pierwsze chcemy dosyć szybko dać szansę wszystkim podmiotom, które mają uszkodzoną bazę sportową na terenach powodzi, na szybką odbudowę. Przeznaczaliśmy na ten cel 400 mln zł z Funduszu Rozwoju Kultury Fizycznej z jednoczesną zmianą ustawową w wysokości dofinansowania do 99%. Obecnie rozporządzenie jest w trakcie uzgodnień międzyresortowych. W przyszłym tygodniu powinno być podpisane. W przyszłym tygodniu również rusza nabór wniosków na odbudowę infrastruktury sportowej. Podkreślam raz jeszcze, 400 mln zł przeznaczonych na ten cel dla samorządów, dla klubów sportowych, a więc dla tych beneficjentów, którzy mogą już, według podobnych zasad, ubiegać się o pomoc z FRKF, z tym że z tą zmianą do 99%.

Aktualnie codziennie analizujemy straty poprzez kontakty z samorządami i z wojewodami – jakie są straty dokładnie wyliczone. Oczywiście ta analiza jest na razie szacunkowa, ale z informacji zebranych poprzez wojewodów i poprzez samorządy: w województwie dolnośląskim zostało łącznie uszkodzonych 138 obiektów sportowych, na razie na kwotę wyliczoną 112 mln zł; w województwie opolskim – 72 obiekty na kwotę 123 mln zł; w województwie śląskim – 48 obiektów na kwotę 2300 tys. zł; w województwie lubuskim – 14 obiektów, na razie trwa jeszcze dokładna ocena strat; w województwie małopolskim – 1 obiekt, który został uszkodzony na kwotę 450 tys. zł. Oczywiście te dane będą się zmieniać. Szacunki będą się zmieniać wtedy, kiedy rzeczoznawcy w sposób bardziej precyzyjny określą właściwe straty.

Chcę też państwu powiedzieć, że będziemy stali przed dylematem. Podam przykład. Wizytowałem Kłodzko, wspaniały ośrodek sportowy w Kłodzku, który jest położony *de facto* przy samej rzece. Tam woda sprzątnęła cały parkiet. Właściwie tylko legary zostały. Woda trzymetrowa, pod ciśnieniem puścił wał. Tej hali w środku po prostu nie ma. Hotel sportowy na pierwszym piętrze – wymiotło wszystko łącznie z tapetami, regipsami, meblami, lodówkami. Stadion lekkoatletyczny zniszczony, korty zniszczone. Z części sztucznej nawierzchni boiska pełnowymiarowego zostały tylko dreny, nic więcej. To spowodowała, tylko w jednym miejscu, w Kłodzku, ta powódź.

Będę wizytował w poniedziałek jeszcze kolejne miejsca i jest oczywiście pytanie do niektórych samorządów – czy w związku z tym, że straty są na tyle duże, że właściwie wiąże się to praktycznie z odbudową całości w 100%, czy samorząd nie powinien pomyśleć, ocenić, czy właściwa nie byłaby zmiana miejsca, jeżeli ta cała infrastruktura będzie musiała być odbudowana, bo jest absolutnie zniszczona. Hala jest, są oczywiście mury, natomiast to, co jest w środku, jest problemem. Wiemy, że przed takimi dylematami samorządy obecnie stoją. Mają w różnych obszarach tak dużo dzisiaj spraw w zakresie odbudowy zniszczeń, pomocy mieszkańcom, w dostawach wody, sprzętu. Te obiekty sportowe my chcemy równolegle szybko odbudować, natomiast odbudować je z przecznością, żebyśmy nie byli później zaskoczeni, że jeżeli coś, odpukać, oczywiście przez anomalię pogody wydarzy się za pięć lat, to czy to jest zasadne, aby budować w miejscach, które są cyklicznie zalewane, tylko skala jest oczywiście różna. Przed takimi dylematami będziemy stali.

Nabór rusza 15 października. Rozporządzenie wejdzie zaraz po 15 października i nałoży dofinansowanie do tych 99%. Ono w dniu ogłoszenia będzie jeszcze 80%, ale z gwiazdką uzupełnienia do 99%. To jest nasza wspólna odpowiedzialność, ale nie tylko dla samorządów, bo są tam również kluby sportowe, gdzie nawierzchnia boisk została zniszczona. To jest okazja do odbudowy. Rozmawiałem z prezesami okręgowych związków sportowych i też część będzie miała dylemat, czy nie przenieść na przykład boiska klasy B, okręgowki, z terenów, które są zalewane na przykład w inne miejsce, jeżeli koszty odbudowy boiska będą na tyle istotne. Takie dylematy będziemy mieli. To jest pierwsza pomoc na część sportową.

Część turystyczna – przeznaczaliśmy 80 mln zł. Udało nam się znaleźć te środki i przekierować do FRKF na odbudowę infrastruktury turystycznej dla samorządów, dla NGO. Czyli jeżeli gdzieś punkt informacji turystycznej, tak jak w Stroniu Śląskim, został zniszczony, część parku, całej infrastruktury służącej turystyce publicznej – mamy na to 80 mln zł. Podobnie to samo rozporządzenie będzie dedykowało pomoc do 99%. Chodzi o to, żeby szybko odbudować tę infrastrukturę turystyczną. Szacunki są, przynajmniej te, do których dotarliśmy, odrobinę mniejsze. One będą się zwiększać prawdopodobnie dlatego, że sposób raportowania nie uwzględnia wprost infrastruktury turystycznej, publicznej, tylko muzea osobno, parki. Zbieramy te informacje. Podkreślam raz jeszcze, na bieżąco codziennie następuje weryfikacja.

Trzeci rodzaj pomocy to jest pomoc, w której zmieniliśmy zasady, także dzięki ustawie i wsparciu wszystkich pań i panów posłów, aby z części tak zwanego funduszu pomocowego przeznaczyć środki na ten cel. To jest fundusz, na który zrzuca się branża, ciągle jeszcze fundusz pożyczkowy dla organizatorów turystyki. Jeżeli ktoś organizował imprezę, pobrał zaliczki i musi te zaliczki zwrócić, a nie może ich odzyskać ze strony tych, którym te zaliczki wpłacił, czyli często są to zniszczone obiekty itd., na ten cel przeznaczaliśmy kwotę 50 mln zł, ale na dotację, czyli ten fundusz pomocowy ma obecnie blisko 282 mln zł.

On dalej będzie takim funduszem bezpiecznikowym na pożyczki dla branży, ale część, 20%, dzięki zmianom w ustawie, przeznaczaliśmy na dotacje dla tych podmiotów, które się zgłoszą, które poniosły istotne straty. Tu chodzi o organizatorów turystyki. Pomoc dla przedsiębiorców branży turystycznej idzie z pakietu Ministerstwa Rozwoju i tam, jak wiemy, będzie kwota 16 tys. zł razy osoba ubezpieczona, czyli jeśli ktoś ma 10 pracowników, uzyska 160 tys. zł, bądź 75% przychodu ze średniej przychodu z roku poprzedniego, ale to już idzie w pakiecie pomocy dla przedsiębiorców, już poza naszym funduszem.

Tak że 400 mln zł, 80 mln zł i 50 mln zł to jest łączna pomoc, którą przygotowaliśmy. Nabory ruszają w przyszłym tygodniu i miejmy nadzieję, że samorządy i inne podmioty będą w stanie złożyć szybko wnioski i próbować w maksymalnie krótkim czasie, jak się da oczywiście, odbudować infrastrukturę sportową i turystyczną.

Dziękuję.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie za szybką reakcję i te propozycje, jeśli chodzi o odbudowę infrastruktury sportowej, turystycznej. Rozumiejąc pilność i priorytet tego, chciałem zapytać, czy wobec powyższego planu FRKF zostaje zmodyfikowany, czy są lepsze przychody niż planowaliśmy, jeśli chodzi o bieżący i przyszły rok? Jeśli chodzi o przyszły rok, czy ta propozycja ministra dotycząca przekazania samorządom wojewódzkim środków na rozwój infrastruktury sportowej jest zagrożona, czy nie? Czy tutaj będą modyfikacje, czy ta zapowiedź będzie kontynuowana?

Dziękuję uprzejmie.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Żadne programy nie są zagrożone, 200 mln zł przekazane do decyzji regionom jest utrzymane, tak że nie ma tutaj żadnych niepokojących informacji. Chciałbym uspokoić pana przewodniczącego w tym zakresie.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Jakub Rutnicki.

Poseł Jakub Rutnicki (KO):

Bardzo dziękuję za tę informację, bo to są, szanowni państwo konkrety. Myślę, że warto, bo czasami w tej debacie mówi się różne rzeczy, a tak naprawdę po prostu wiele bardzo dobrych projektów jest przygotowywanych. Rozumiem, technicznie, program jest ogłoszony od 15 października i nabór jest w trybie ciągłym, tak? Jestem z Wielkopolski, ale myślę, że warto o tym mówić i promować ten program w tych miejscach, gdzie została zniszczona nie tylko infrastruktura sportowa. Zdaję sobie sprawę, że w tej chwili samorządowcy są na etapie tych najbardziej podstawowych potrzeb, ale praktycznie to jest w całości zrealizowana inwestycja.

Idąc tu, do pracy, też słuchałem w radiu właśnie takiej rozmowy z jednym z samorządowców, czy też działaczy sportowych, który mówił, że ma marzenie, żeby odbudować ten stadion, który został zniszczony, ale ma marzenie, żeby odbudować go w innym miejscu, bo on już raz został zniszczony, w 1997 r., teraz znów został zniszczony. Myślę, że to, co powiedział pan minister, jest kluczowe. Zanim tę inwestycję zrealizujemy, bo myślę, że kwestia odbudowy mogłaby się zacząć bardzo szybko, to trzeba to głęboko przeanalizować. Chcemy, żeby ta infrastruktura była lepsza niż ta, która była. Przecież to są pieniądze wszystkich z nas i żebyśmy rzeczywiście, jeżeli to jest możliwe, w ten sposób działali. Na terenach podgórskich zrealizowanie boiska nie jest takie proste, bo trzeba mieć teren, który będzie te parametry spełniał, ale myślę, że to jest kluczowe, żeby być może zanim ta odbudowa ruszy, głęboko się zastanowić nad lokalizacją.

Myślę, że wszyscy, niezależnie od tego, z jakiej strony politycznej barykady stoimy... Warto po prostu promować ten program. *De facto* na każdą inwestycję sportową na terenach, które dotknęła powódź, będzie dofinansowanie realizacji na poziomie do 99%. Rozumiem, panie ministrze, że też w kosztach kwalifikowanych jest kwestia przygotowania projektu. To też to jest bardzo ważna informacja. Dziękuję za takie szybkie i dobre działanie w tej kwestii.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję.

Pan poseł Marek Matuszewski.

Posel Marek Matuszewski (PiS):

Wypowiem się krótko, bo za chwilę są głosowania, ale chciałbym zapytać pana ministra o te 400 mln zł. Orientuję się, jakie są teraz ceny budowy obiektów sportowych typu hale sportowe, boiska. To jest taka suma, która robi wrażenie, ale też nie jest wystarczająca. Czy ministerstwo przewiduje dodatkowe pieniądze na tę tragedię, jeśli chodzi o ten wymiar inwestycji sportowych?

Ostatnie zdanie, bo nie mogłem przy pierwszym punkcie zabrać głosu, szanowni państwo, świetne wyniki robi w hokeju na lodzie Unia Oświęcim, jest liga mistrzów. Wczoraj pokonali jeden z najlepszych zespołów ligi, DEL, to są Niemcy. Niemcy, jak wiemy, w hokeju są dość mocni. Nieraz to się pojawiało – dlaczego hokej? Bardzo dobrze, że ten hokej jest, bo to wsparcie też może być bardzo skuteczne, żeby te wyniki robić jeszcze lepsze.

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie.

Króciutko, pan minister.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Na tę chwilę mamy 230 mln zł ocenionych strat, 400 mln zł powinno wystarczyć. Jeżeli nie wystarczy, to dolożymy. To wszystko będzie, szanowni państwo, po tym, kiedy wpłyną do nas wnioski, albo na podstawie dokumentacji, albo na podstawie PFU, więc to już będzie pewna miara wniosków. Jesteśmy elastycznie przygotowani na to, żeby odbudować całą zniszczoną infrastrukturę zgodnie z naszymi założeniami i deklaracjami.

Cieszymy się ze zwycięstwa Unii Oświęcim i miejmy nadzieję, że wejdą do kolejnego etapu ligi mistrzów, bo to bardzo ciekawe.

Posel Marek Matuszewski (PiS):

Nie tylko piłka nożna, ale i hokej na lodzie, kolego z Wielkopolski.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie za informację.

Szanowny panie ministrze, niech pan będzie właśnie tym...

Posel Jakub Rutnicki (KO):

To ja tylko słowo. Nie ad vocem.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Momencik. Ministerstwo Sportu i Turystyki niech będzie tą instytucją, która zachęca do refleksji w podejmowaniu decyzji o odbudowie tam, gdzie te obiekty sportowe po raz kolejny były zniszczone. Rozumiem, że to łatwiej, szybciej itd., ale po pierwsze mamy szansę zbudowania nowej jakości infrastruktury w nowym miejscu, bezpiecznej. Środki są. Refleksja: wiadomo, że poza halami sportowymi, tymi, które służą edukacji, to pozostałe są w jakiejś kolejności. Wiadomo, że samorządy mają to, co jest dla człowieka ważne w pierwszej kolejności, czyli własne zamieszkanie, funkcjonowanie służby zdrowia czy innych podmiotów. Jednak uprzejmie prosimy o to, żebyście byli rzecznikami takiego dialogu mówiącego o tym, aby budować coś, co będzie bezpieczne w przyszłości.

Posel Jakub Rutnicki (KO):

Tylko kilka słów z mojej strony. Szanowni państwo, czasami ministerstwo się nie chwali dobrymi rzeczami, bo ma dużo pracy na co dzień. Kilka dni temu została opublikowana lista fantastycznego nowego programu budowy lodowisk w Polsce. Zostanie zrealizowanych blisko 50 obiektów w nowoczesnej formie. My może mniej mówimy, ale po prostu robimy dobre rzeczy dla polskiego sportu.

Bardzo dziękuję.

Posel Marek Matuszewski (PiS):

Cieszę się, że moje zabiegi też dają skutek.

Przewodniczący poseł Tadeusz Tomaszewski (Lewica):

Dziękuję uprzejmie.

Zamykam posiedzenie.