



Ministerstwo Klimatu i Środowiska

Sekretarz Stanu
Krzysztof Bolesta

DFE-WNF.050.68.2024.MN
3463984.13717414.11074376
Warszawa, 15-11-2024

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu RP

Dotyczy: interpelacji Posła Sebastiana Kalety oraz grupy posłów w sprawie materiałów płatnych NFOŚiGW w mediach (K10INT5748)

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przedstawiam odpowiedzi na zadane pytania.

1. *Jakie były łączne wydatki NFOŚiGW na promocję, reklamy oraz inne formy medialne w okresie od stycznia do września 2024 roku?*

Łączne wydatki na kampanie medialne NFOŚiGW realizowane w okresie styczeń-wrzesień 2024 r. wyniosły 1 660 047,67 zł brutto. Jest to suma o ok. 4 razy niższa niż w analogicznym okresie 2023 r. kiedy wydatki na kampanie medialne wyniosły 7 789 856 zł brutto.

2. *Jakie media były zaangażowane w publikowanie materiałów promocyjnych finansowanych przez NFOŚiGW w tym okresie? Proszę o wskazanie konkretnych stacji telewizyjnych, radiowych, portali internetowych, prasy drukowanej oraz innych kanałów medialnych?*
3. *Jakie kwoty zostały wydatkowane na współpracę z poszczególnymi mediami? Proszę o szczegółowe zestawienie kosztów poniesionych w ramach umów z każdym z mediów.*

Zestawienie zawierające poszczególne media wraz z kosztami znajduje się w Załączniku do pisma.

4. *Czy w ramach współpracy z mediami zawierane były umowy dotyczące publikacji płatnych materiałów sponsorowanych? Jeśli tak, proszę o przedstawienie zasad, na jakich były zawierane te umowy, oraz jakie instytucje bądź media zrealizowały te zlecenia.*

W ramach współpracy z mediami wskazanymi w Załączniku do pisma prowadzono działania płatne, w tym płatne publikacje. Umowy zawierane są za pośrednictwem domu mediowego, wybranego w drodze zamówienia udzielonego w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie art. 132 ustawy *Prawo zamówień publicznych*.

5. *W jaki sposób Fundusz dokonuje wyboru mediów do współpracy w zakresie promocji i reklamy? Czy w procesie tym organizowane są przetargi lub konkursy ofert? Proszę o udzielenie szczegółowych informacji na ten temat.*

NFOŚiGW dokonuje wyboru mediów na podstawie rekomendacji domu mediowego, wybranego w drodze zamówienia udzielonego w trybie przetargu nieograniczonego, za pośrednictwem którego kupuje powierzchnie w mediach.

Z wyrazami szacunku

Krzysztof Bolesła
Sekretarz Stanu
Ministerstwo Klimatu i Środowiska
/ – podpisany cyfrowo/

Do wiadomości:

Departament Spraw Parlamentarnych, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów

Załącznik

KOSZTY DZIAŁAŃ MEDIOWYCH NFOŚIGW W OKRESIE I - IX 2024 r.

| MEDIA | KWOTA BRUTTO |
|--|------------------------|
| Agora (Gazeta Wyborcza) | 30 221,10 zł |
| Bauer Sp. z o.o. (Chwila Dla Ciebie, Z Życia Wzięte, Życie Na Gorąco) | 118 387,50 zł |
| EBE Media Ernest Bodziuch (Szczерze o pieniądzach) | 18 450,00 zł |
| Google (Wyszukiwarka) | 12 300,00 zł |
| Gremi Media (Rzeczpospolita) | 73 800,00 zł |
| MAXPRESS (Odpady i Środowisko, Środowisko) | 36 900,00 zł |
| META (Facebook, Instagram) | 49 200,00 zł |
| Microsoft (LinkedIn) | 30 750,00 zł |
| OZEON Sp. z o.o. (Ozeon) | 17 220,00 zł |
| Polsat Media (Zielona Interia) | 29 520,00 zł |
| Polska Press Sp. z o.o. (Pakiet dzienników regionalnych Polskapress Wider Regionalny, Strefa Agro) | 84 378,00 zł |
| Programmatic (Display / Wideo) | 73 800,00 zł |
| RASP (Fakt, fakt.pl) | 37 489,17 zł |
| Synergic (LCD w kolejach) | 402 333,00 zł |
| Technopol (Krzyżówki 100 Panoramicznych, Krzyżówki 200 Panoramicznych) | 64 452,00 zł |
| TVP S.A. (TVP 1, TVP 2, TVP3, TVP Info, stacje tematyczne TVP) | 400 000,00 zł |
| Wielkopolskie Stowarzyszenie Sołtysów (Gazeta Sołecka) | 3 690,00 zł |
| Wydawnictwo SIGMA-NOT Sp. z o.o. (Aura) | 18 450,00 zł |
| ZPR Media (Murator, Super Express) | 158 706,90 zł |
| Suma końcowa BRUTTO | 1 660 047,67 zł |