



Minister Spraw Zagranicznych

BM.6001.168.2024 / 5
Warszawa, /elektroniczny znacznik czasu/

Pan Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację nr 5792 Pana Posła Dariusza Mateckiego i in. w sprawie wydatków poniesionych przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych i podmioty podległe – nadzorowane na cele promocyjne i reklamowe od 13 grudnia 2023 r., uprzejmie informuję, co następuje.

Wydatki Ministerstwa Spraw Zagranicznych na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych (prasa, radio, telewizja, portale internetowe, media społecznościowe) przedstawia załącznik nr 1 do niniejszego pisma.

Tytuły prasowe, czasopisma i periodyki prenumerowane przez Ministerstwo oraz nadzorowane i podległe mu jednostki, prezentują załączniki nr 2, 2a i 2b.

Dodatkowo, poniżej przekazujemy informacje w zakresie objętym zapytaniem dot. placówek zagranicznych:

- Instytut Polski w Brukseli

- Na kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie (Meta), od 13.12.2023 r. wydano łącznie 417,53 EUR. Kampanie obejmowały promocję bieżących wydarzeń z udziałem polskich artystów w Belgii, których IP był organizatorem, współorganizatorem lub partnerem.

- Stałe Przedstawicielstwo Rzeczypospolitej Polskiej przy Organizacji Traktatu Północnoatlantyckiego w Brukseli

- na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych wydatkowano:

- 890 EUR - produkcja spotu promującego członkostwo Polski w NATO z okazji 25. rocznicy przystąpienia do Sojuszu.

- 700 EUR – infografiki na portal X informujące o tematyce i głównych postanowieniach spotkań wysokiego szczebla NATO, a także grafiki promujące seminaria organizowane przez placówkę.

Tematami dominującymi w kampaniach promocyjnych były: 25. rocznica przystąpienia Polski do NATO, Polskie priorytety w odniesieniu do szczytu w Waszyngtonie i Polscy wynalazcy.

- Działania promocyjne i informacyjne w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi i innymi organizacjami

- Bieg polski w Brukseli organizowany z przedstawicielstwami polskich województw oraz Ambasadą RP w Brukseli (800 EUR)

- Planowane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 r. to 13 150 EUR, natomiast budżet na 2025 r. jest w trakcie opracowywania.

- Ocena celowości i skuteczności.

Dzięki kampaniom promocyjnym prowadzonym przez Stałe Przedstawicielstwo przy NATO Polska postrzegana jest jako aktywny, nowoczesny i wiarygodny sojusznik. Dzięki działaniom informacyjnym prowadzonym w związku z 25. rocznicą przystąpienia Polski do NATO zarówno sojusznicy, jak i szersza publiczność pozyskali wiedzę o wkładzie Polski w bezpieczeństwo obszaru euroatlantyckiego. Kampanie pozwalają również dotrzeć do polskich odbiorców nieposiadających pogłębionej wiedzy nt. genezy członkostwa Polski w NATO, w szczególności do młodzieży.

- Stałe Przedstawicielstwo Rzeczypospolitej Polskiej przy Unii Europejskiej w Brukseli

- W zakresie wydarzeń masowych, SPRP przy UE partycypowało we współpracy z Ambasadą RP w Belgii, Sztabem Pomocy Belgia oraz Polską Macierzą Szkolną w Belgii w organizacji kolejnej edycji Dnia Polskiego w Brukseli w dn. 4 maja 2024 r., tj. organizowanej po raz trzeci, największej imprezy polonijnej w Zachodniej Europie. Jednym z tematów przewodnich wydarzenia w 2024 r. było 20-lecie przystąpienia Polski do UE, w związku z czym SPRP przy UE partycypowało w tej edycji kwotą 20 000,00 EUR;

- Instytut Polski w Düsseldorfie

- na reklamy w mediach cyfrowych IP wydatkował:

Data	Kwota w EUR	Nazwa
Od 13.12.2023 do 11.11.2024	2803,11	Promocja programu IP w Meta Platforms
01.01.2024	210,00	Roczna opłata za umieszczenie projektów IP DUS na serwerze kulturalnym kulturkurier.de
Suma	3013,11	

Kampanie promocyjne i reklamowe dotyczyły wyłącznie projektów własnych placówki, które instytut realizował na podstawie kwartalnych planów działalności.

Instytut w roku 2024 na cele promocyjne i reklamowe planował wydatkować kwotę w wysokości około 4 tys. euro. Placówka nie przewiduje zwiększenia ww. kwoty.

- Ambasada RP w Hadze

W związku z przypadającą 80. rocznicą wyzwolenia Holandii przez polskich żołnierzy prowadzono szeroko zakrojoną kampanię promocyjną w mediach społecznościowych placówki dotyczącą wyzwolenia poszczególnych regionów Holandii. Kampanię rozpoczęto w 2023 r. i kontynuowano w roku bieżącym. Współpracowano w tym zakresie z holenderskimi podmiotami np. Stowarzyszenie Liberation Route, Stowarzyszenie Maczek Memorial, Muzeum Wojny Gdynia w Axel, Stowarzyszenie Serce Polski w Bredzie itp. Kampania medialna była prowadzona we własnym zakresie i nie generowała kosztów dla placówki.

Na realizację innego typu działań promocyjnych tj. organizację wystaw i koncertów dot. 80. lecia udziału polskich żołnierzy w wyzwoleniu Holandii, organizację pokazów filmowych m. innymi dla upamiętnienia drugiej rocznicy napaści Rosji na Ukrainę, wystaw i koncertów promujących polskich artystów w Holandii, konferencji np. 25. rocznicy wstąpienia Polski do NATO, koncertów np. upamiętnienia 20-lecia wstąpienia Polski do

UE placówka wykorzystała środki własne przeznaczone na realizację zadań promocyjnych w 2024 r.

Działania promocyjne w 2024 r. obejmowały:

- Wystawa „Samarytanie z Markowej” – współpraca z IPN – bezkosztowo
 - „WERemember” – Udział w akcji medialnej z okazji Międzynarodowego Dnia Pamięci o ofiarach Holokaustu – bezkosztowo
 - „20 Days in Mariupol” – upamiętnienie 2 rocznicy napaści Rosji na Ukrainę, współpraca z Ambasadą Ukrainy w NL – 605,00 EUR
 - „Luminous Maides” – współpraca galeria Foto Aterlier BW5, wystawa malarstwa J. Łydzby oraz koncert organowo - fortepianowy M. Wierchołowski – 1757,00 EUR
 - Konferencja z okazji 25. rocznicy wstąpienia Polski do NATO, Współpraca z Amb. Czech, Finlandii, Szwecji i Haskiego Centrum studiów Strategicznych (HCSS) – 5000,00 EUR
 - Upamiętnienie 20. rocznicy przystąpienia Polski do UE – centrum Hagi koncert studentów Haskiego Konserwatorium – współpraca z Urzędem Miasta i Gminą Haga – 986,70 EUR
 - Wystawa „Polish Paratroopers in the Operation Market- Garden”, współpraca Airborn Museum at Hartenstein w Oosterbeek – 5 659,00 EUR
 - Koncert z okazji odsłonięcia popiersia Mikołaja Kopernika w Hadze, współpraca z Polską Organizacją Turystyczną w Amsterdamie, Urzędem Miasta i Gminą Haga, Konkreet Nieuws – 450,00 EUR
 - Upamiętnienie wyzwolenia Terneuzen, Axel, Koewacht, Hulst przez I Dywizję Pancerną pod dowództwem gen. Maczka – bezkosztowo
 - Udział polskich muzyków w Huygens Festival w Voorburgu, współpraca Stowarzyszenie Huygens Festival – 1000 EUR
 - Promocja, w ramach Liberation Route, polskiego szlaku rowerowego w Holandii – współpraca Stowarzyszenie Liberation Route – bezkosztowo
 - Koncert orkiestry Sinfonietta Cracovia z okazji wyzwolenia Bredy – współpraca z Urzędem Miasta i Gminy Breda, Stowarzyszenie Serce Polski – 21 000,00 EUR (na realizację koncertu rocznicowego w Bredzie otrzymaliśmy dodatkowe środki w ramach konkursu DDPK w wysokości 21 000,00 EUR).
- Na zakup materiałów promocyjnych tj. książek placówka przeznaczyła kwotę 2287,90 EUR oraz na zamówienie materiałów promocyjnych tj. przypinek PL-NL kwotę 1372,02 EUR. Placówka w Hadze na wydatkowanie na cele promocyjne i reklamowe w 2024 r. otrzymała budżet w wysokości 50311,00 EUR. W 2025 r. w związku z polskim przewodnictwem w Radzie UE w I połowie roku placówki wnioskować będzie o utrzymanie budżetu na realizację działań promocyjno-reklamowych w 2025 r.

- Konsulat Generalny w Houston

Na bieżąco prowadzone są działania promocyjne dotyczące promocji Polski i języka polskiego. Poniżej zestawienie zrealizowanych projektów, które już się odbyły ze wsparciem KG RP w Houston i zawierały promocję danego wydarzenia:

- Migawki ze współczesnej historii Polski w obiektywie Chrisa Niedenthala - wystawa fotografii, promocja wydarzenia (nagłośnienie w mediach społecznościowych, grafika itp.) – 300,00 USD
- Festiwal Polskich Filmów w Houston (Houston Polish Film Festival), promocja wydarzenia (nagłośnienie informacji o wydarzeniu, plakat itp.) – 500,00 USD
- Seminarium nt. dezinformacji na Texas A&M University, promocja wydarzenia - 200,00 USD
- Polska kultura i historia w poezji i muzyce, wynajem sali i promocja wydarzenia – 1000,00 USD
- Promocja polskiej kultury i studiów polskich na Uniwersytecie św. Tomasza w Houston - 4300,00 USD – opracowanie wykładu, wynajem sali, promocja – 500,00 USD

- Okolicznościowy koncert i wykład z okazji rocznicy wybuchu powstania w getcie warszawskim, opracowanie wykładu, wynajęcie sali, promocja – 1000,00 USD

- Instytut Kultury Polskiej w Londynie

- Zestawienie działań promocyjnych IKP Londyn za wskazany okres ze szczegółowym zestawieniem wydatków z podziałem na wydawców i tytuły i kwot na poszczególne pozycje:

Lp.	Wydatek	Data	Kwota w GBP
1	Kampania PR Kinoteka 2024	2023-12-21	2 500,00
2	Kampanie rekl. w mediach społ.	2024-02-16	50,00
3	Reklama Kinoteki portal "Polish Express"	2024-02-26	744,00
4	Kamp. rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-12	180,00
5	Kamp. rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-12	180,00
6	Kamp. rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-12	180,00
7	Produkcja toreb promocyj. Kinoteka	2024-03-12	2 268,00
8	Kampanie rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-18	18,59
9	Kampanie rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-18	41,53
10	Kampanie rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-19	180,00
11	Kamp. rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-27	180,00
12	Kamp. rekl. w mediach społ. Kinoteka	2024-03-27	15,77
13	Promocja wystawy w mediach społ.	2024-03-28	180,00
14	Prom. wystawy w mediach społ.	2024-04-03	44,85
15	opłata Kampania PR Kinoteka 2024 3cz.	2024-04-18	3 050,00
16	Kamp. rekl. w mediach społ. wyst. fotogr.	2024-05-13	64,67
17	Kamp. rekl. w mediach społ.	2024-05-28	180,00
18	Działania promocyjne wizyta studyjna	2024-06-05	1 000,00
19	Kamp. rekl. on line "Stratford Observer"	2024-06-18	178,80
20	Kamp. rekl. w gaz. "Stratford Observer"	2024-06-18	198,00
21	Kamp. rekl. w med. społ. wydarz. IKP	2024-06-18	180,00
22	Kamp. rekl. w med. społ. Festiwal S&P	2024-06-18	15,49
23	Kamp. rekl. w med. społ. Festiwal S&P	2024-06-18	198,00
24	Kamp. rekl. w med. .społ. Festiwal S&P	2024-06-18	218,00
25	Kamp. rekl. w med. .społ. Festiwal S&P	2024-06-27	240,00
26	Kampania reklamowa w Polish Express	2024-06-21	350,00
27	Prom. wyd. S&P Festiwal gaz. Stratford H	2024-06-21	745,20
28	Kamp. rekl. w med. społ. Festiwal S&P	2024-07-05	175,04
29	Promocja na FB "Polish Fashion Stories"	2024-07-26	89,87
30	Reklama w gazecie proj. S&P Festiwal	2024-09-03	198,00
31	Kamp. rekl. w med. społ. booster. FB 08/24	2024-09-20	259,73

- Zawarta została umowa z agencją PR-ową „Alternate Current PR” – 10 000 GBP na okres od grudnia 2023 do kwietnia 2024 na pełną oprawę medialną i promocyjną do festiwalu filmowego Kinoteka 2024.

- Tematami, które dominowały w kampaniach promocyjnych i reklamowych były projekty IKP Londyn takie jak festiwal filmowy Kinoteka, festiwal Shakespeare and Poland, wystawa Franciszki Themerson w Tate Britain oraz wszelkie projekty wspierane przez IKP Londyn. Główną formą promocji były działania internetowe.

- Nie było działań promocyjnych w ramach współpracy w klubami sportowymi i wydarzeniami masowymi. Z innymi organizacjami było wiele, bo IKP Londyn ma przy każdym projekcie wiele partnerów brytyjskich. Wszystkie koszty działań tego typu są również zawarte w załączonej tabeli. Były to na przykład wspólne płatne kampanie na mediach społecznościowych z Battersea Arts Centre dotyczące przedstawienia „Cząstki Kobiety” lub podczas Kinoteki kampanie promocyjne o filmach w każdych z kin partnerskich festiwalu.

- Przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 to 10 000 GBP plus agencja PR-owa na Kinotekę 10 000 GBP. Nie ma planu na zwiększenie ani zmniejszenie budżetu na działania promocyjne. Budżet na wsparcie promocji jest niezbędny do dotarcia do szerszej publiczności i do prasy w kraju urzędowania.

- Instytut Kultury Polskiej w Nowym Jorku

Instytut planuje działania promocyjne wokół projektów, na które są wydatkowane środki z budżetu placówki. Bardzo często promocją projektów zajmują się instytucje amerykańskie, które są ich partnerami, i to one wydatkują na ten cel swoje fundusze. W okresie od 13.12.2023 r. do 12.11.2024 r. placówka zapłaciła za reklamy festiwalu Jazztopad 2024 (edycja nowojorska):

- 320 USD – All ABout Jazz (portal online)
- 386 USD – New York City Records (miesięcznik i portal online)

Instytut nie ma przewidzianego jednego budżetu na cele promocyjne. Instytut współpracuje z amerykańskimi instytucjami i to one najczęściej ponoszą koszty promocji przy projektach. Oczywiście Instytut stara się wygospodarować w dużych projektach kwotę na promocję. Jej wysokość zależy do wielkości projektu. Korzysta z bezpłatnych form promocji: media społecznościowe, strona internetowa i newsletter.

- Ambasada RP w Oslo

Przewidywane wydatki na cele promocyjne na bieżący rok to 200 000 NOK, planowany budżet na rok 2025 to wzrost o ok. 10 procent.

- Ambasada RP w Rydze

We wskazanym w pytaniu okresie placówka organizowała działania promocyjne w zakresie dyplomacji ekonomicznej (udział w targach branżowych) a także w imprezach o charakterze masowym (piknik z okazji urodzin Miasta Ryga, Europejski Dzień Języków itp.), gdzie placówka posiadała swoje stoiska promocyjne. W większości przypadków prezentowano materiały promocyjne będące w posiadaniu placówki. Partnerami placówki były podczas takich imprez: Międzynarodowe Targi w Rydze, Urząd Miasta Rygi, Przedstawicielstwo Komisji Europejskiej na Łotwie, MSZ Łotwy, Sejm Łotwy. W sumie na szeroko pojęte działania promocyjne (dyplomacja kulturalna, ekonomiczna i turystyczna) placówka wydatkowała 12 640 EUR.

W planie na 2024 r. placówka otrzymała na szeroko pojęte wydatki z zakresu promocji Polski (dyplomacja kulturalna, ekonomiczna i turystyczna) kwotę 26 100 EUR.

- Ambasada RP w Waszyngtonie

- 13-31.12.2023: placówka wydatkowała na reklamę na Facebooku filmu „Chłopi”, wyświetlanego w kinie Avalon w Waszyngtonie kwotę 100 USD.

- 2024: realizowana obecnie kampania informacyjna dotyczy relacji polsko-amerykańskich i relacji UE-USA - w dniu 29 października 2024 placówka zawarła umowę z podmiotem, który może być traktowany m.in. jako agencja reklamowa (sposób wyboru kontrahenta: zamówienie publiczne – tryb z wolnej ręki, ogłoszenie o udzieleniu zamówienia zamieszczone w BZP w dniu 29.10.2024 pod nr 2024/BZP/00570231/01): Precision Strategies LLC z siedzibą w Waszyngtonie. Przedmiotem umowy jest: 'Informational campaign on Polish-American relations and EU-USA relations' ('kampania informacyjna nt. Relacji polsko-amerykańskich 'relacji UE-USA'), wynagrodzenie 100 000,00 USD, płatne po wykonaniu umowy, termin wykonania umowy określony w umowie: 10.12.2024 r.

- 13-31.12.2023: brak działań promocyjnych i informacyjnych realizowanych w ramach współpracy z klubami sportowymi oraz wydarzeniami masowymi. We wskazanym terminie placówka zrealizowała spotkanie świąteczne wraz z polskim oddziałem Komisji Fulbrighta. Z budżetu DDPK pokryto koszty strojenia fortepianu w kwocie 250 USD.

- 2024: do dnia 12 listopada br. w ramach projektów z zakresu dyplomacji publicznej i kulturalnej zrealizowano:

- a) współpraca z klubami sportowymi:

- a. 8 edycja Kościuszko Freedom Run – projekt autorski placówki realizowany we współpracy z Ambasadą Litwy w Waszyngtonie oraz Montgomery County Road Runners Club. Koszty promocji (w tym produkcji materiałów promocyjnych) po stronie placówki wyniosły 3565,78 USD

- b) Wydarzenia masowe:

- a. Koncert „Chopin the Virtuoso” organizowany wspólnie z Filharmonią Narodową na Strathmore, w wydarzeniu wzięło udział ok. 2000 osób. Koszty promocji po stronie placówki wyniosły 3000 USD.

- b. EU Open House – dzień otwarty Ambasady, w wydarzeniu wzięło udział ok. 3000 osób. Koszty produkcji materiałów promocyjnych po stronie placówki – 2909,50 USD.

- c) Współpraca z innymi organizacjami:

- a. Współpraca z polskim oddziałem Komisji Fulbrighta nad wydarzeniem dla absolwentów – koszty produkcji materiałów promocyjnych po stronie placówki - 2000 USD.

- b. Współpraca z Motion Picture Association, studiami Disney i Searchlight nad oficjalną waszyngtońską premierą filmu „A Real Pain” – koszty produkcji materiałów promocyjnych o Polsce po stronie placówki – 2000 USD.

Placówka nie posiada odrębnego budżetu na cele promocyjne i reklamowe. Plan finansowy placówki 2024 w zakresie dyplomacji publicznej został określony w dniu 13.02.2024 i wynosił: 130 000,00 USD i nie uwzględniał kampanii informacyjnej, o której mowa powyżej. Na dzień 12.11.2024 r. plan finansowy placówki wynosi 266 000,00 USD.

- Ambasada RP w Wiedniu

- Na reklamy w mediach cyfrowych Ambasada przeznaczyła: Facebook/Meta: 97,36 EUR (środki w ramach budżetu z DI).

- Ambasada promowała na platformie Facebook/Meta dwa wydarzenia: koncert „Osiecka po męsku” w wykonaniu Marcina Januszkiewicza organizowany w ramach „Długiej nocy kościołów” oraz drugą edycję serii koncertów organizowanych w Ambasadzie RP w Wiedniu promującą młodych polskich artystów w Austrii.

- Koncert „Osiecka po męsku” w wykonaniu Marcina Januszkiewicza organizowany był w ramach akcji „Długa noc kościołów”, festiwalu religijno-kulturalnego, organizowanego przez szereg kościołów w Wiedniu. Informacja o wydarzeniu znalazła się w katalogu promującym ww. festiwal, który był rozpowszechniony wśród wiernych w całym Wiedniu. Placówka nie poniosła żadnych kosztów w tym zakresie.

- Na rok 2024 na cele promocyjne i reklamowe placówka planowała przeznaczyć 100 EUR. W związku z intensyfikacją działań placówki na mediach społecznościowych, szczególnie na platformie Instagram, oraz ze zbliżającą się prezydencją PL w Radzie UE placówka planuje zwiększyć budżet na działania promocyjne. Na rok 2025 kwota ta nie przekroczy jednak 300-500 EUR.

- Instytut Polski w Wiedniu

- Kampanie w mediach społecznościowych – promocja wydarzeń Instytutu, ukazały się wyłącznie na platformie Facebook – 500 EUR.

- W kampaniach promocyjnych i reklamowych dominowały tematy dot. upamiętnienia ważnych rocznic: dat urodzin i śmierci polskich autorów, kompozytorów, naukowców, malarzy itp., promocja bioróżnorodności Polski, solidarności Polski z Ukrainą. Promocja odbywała się kanałami elektronicznymi – Facebook, Instagram, X (Twitter).

- Większość działań Instytutu jest ściśle związana z ogólnie rozumianą promocją czy współpracą z różnymi organizacjami. Instytut nie współpracował z klubami sportowymi w podanym okresie. Instytut brał udział lub będzie brał udział w wielu wydarzeniach masowych, np. będzie prezentował się na targach książki Buch Wien (opłaceniu stoiska – 4617,96 EUR), brał udział w długiej nocy kościołów – Lange Nacht der Kirchen (koncert i wykład w kościele Maria Am Gestade, honorarium muzyka – 400 EUR), długiej nocy nauki – Lange Nacht der Forschung – warsztaty dla dzieci, prezentacja książki (koszt 1569,92) oraz długiej nocy muzeów – Lange Nacht der Museen, organizacji i przeprowadzenia Gry miejskiej „Polskimi śladami w centrum Wiednia” w ramach Polish Heritage Days (umowa z Austriacko-Polskim Stowarzyszeniem Przyjaciół Kultury „Galicja” (300 EUR) . Również był częścią dużych wydarzeń kulturalnych o tematyce dizajnu, tj. Vienna Design Week (wpisowe oraz organizacja wystawy 5800 EUR). Instytut prowadził różne działania promocyjne tj. produkcja własnych programów drukowanych z wydarzeniami IP, druk ulotek o wydarzeniach, druk plakatów, gadżetów reklamowych z logiem IP.

- Przewidywane wydatki na cele promocyjne w 2024 roku (płatne kampanie promocyjne na Facebook) – ok. 500,00 EUR.

- Ambasada RP w Wilnie

- Przy organizacji innych wydarzeń takich jak wystawy, koncerty czy konferencje placówka zazwyczaj prowadziła promocję we własnym zakresie (bezkosztowo) za pomocą swoich kanałów społecznościowych, mailingu, strony internetowej oraz notek prasowych. Promocję we własnym zakresie prowadzili również partnerzy poszczególnych wydarzeń. W 2024 roku wzmocnione działania promocyjne na kanałach społecznościowych ze środków budżetowych były realizowane przy dwóch projektach we współpracy z poniższymi podmiotami:

Nazwa podmiotu	Rodzaj działań	Wydatkowana kwota w EUR
Organizacja „Sporto Renginiai”	Promocja na Facebooku Biegu Tropem Wilczym	200
Muzeum Narodowe – Pałac Wielkich Książąt Litewskich	Promocja na Facebook i poprzez wywieszenie wielkoformatowego plakatu na Pałacu WKL wystawy „Powstali 1863–64”	499,73

RAZEM:		699,73
---------------	--	---------------

- W 2024 r. placówka przewidywała na cele promocyjne i reklamowe wydatki w wysokości ok. 1000 EUR. Nie planuje się zwiększenia budżetu na działania promocyjne w bieżącym roku.

- Instytut Polski w Wilnie

- W każdym miesiącu roku placówka przygotowywała odpowiednie informacje o wydarzeniach dotyczących historii, kultury, wiedzy o Polsce, które następnie były umieszczane w mediach społecznościowych placówki.

- Placówka nie współpracowała z klubami sportowymi. Przy organizacji innych wydarzeń takich jak wystawy, koncerty czy konferencje placówka zazwyczaj prowadziła promocję we własnym zakresie (bezkosztowo) za pomocą swoich kanałów społecznościowych, mailingu, strony internetowej oraz notek prasowych. Promocję we własnym zakresie prowadzili również partnerzy poszczególnych wydarzeń.

W 2024 roku wzmocnione działania promocyjne na kanałach społecznościowych ze środków budżetowych były realizowane przy dwóch projektach:

- Festiwal Filmu Polskiego 2024
- Koncert muzyki do filmu „Chłopi”

W 2024 r. placówka nie przewidywała osobnych środków na cele promocyjne i reklamowe poza środkami zaplanowanymi w każdym planie kwartalnym przy konkretnych projektach (były to np. następujące pozycje: druk lub przygotowanie materiałów promocyjnych, przygotowanie projektu grafik reklamowych itp.). Nie planuje się zwiększenia budżetu na działania promocyjne w bieżącym roku.

- Instytut Polski w Berlinie

- Instytut Polski w Berlinie w ramach realizacji zadań ponosił wydatki związane z celami promocyjnymi i reklamowymi od 13 grudnia do chwili obecnej. Wydatki te związane były z promowaniem wydarzeń własnych IP w Berlinie. Była to promocja w mediach społecznościowych (na platformie Facebook), produkcja materiałów promocyjnych (tj. ulotki, plakaty, zaproszenia) oraz reklama w przestrzeni publicznej dużych wydarzeń IP, tj. festiwalu polskiego filmu filmPOLSKA 2024, opery Straszny Dwór Opery Wielkiej z Poznania w Filharmonii Berlińskiej oraz spektaklu pt. Irena Teatru Muzycznego z Poznania.

- W okresie od 13.12.2023 do chwili obecnej wydatki na cele promocyjne kształtowały się następująco:

- Reklama w mediach społecznościowych (Facebook): 1503 EUR
- Reklama w przestrzeni publicznej (plakatowanie miasta): 9947 EUR
- Produkcja materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, zaproszenia): 5407 EUR

- W 2024 roku przewidywane wydatki na cele promocyjne wyniosły 11 503 EUR. Nie planuje się zmian w budżecie w przedmiotowym zakresie.

- Ambasada RP w Atenach

- Ambasada wydatkowała 464 EUR na cele promocyjne (wydruk materiałów promocyjnych). Wydatki te zostały poniesione na produkcję notesów oraz długopisów z logo Ambasady. Nazwa firmy odpowiedzialnej za to zlecenie to FUN PROMOTION.

- Ambasada RP w Bukareszcie

- Ambasada zrealizowała następujące materiały promocyjno-reklamowe:

- kubki z logo Ambasady RP, wyprodukowane w drukarni Curtea Veche w Bukareszcie na kwotę 1527,95 EUR (faktura z dn. 19.12.2023r.);

- torebki z logo Ambasady RP, wyprodukowane w drukarni Curtea Veche w Bukareszcie na kwotę 1500,40 EUR (faktura z dn. 16.10.2024 r.).

- Instytut Polski w Sofii

- W okresie od grudnia 2023 do 13.11.2024 r. poniósł następujące wydatki na cele związane z reklamą:

- Wykonanie toreb bawełnianych z motywami ludowymi: 350,00 EUR (zakup usługi w firmie polskiej);

- Wykonanie 2 roll-upów z jubileuszowym logo IP w Sofii: 208,86 EUR (zakup usługi na miejscu w bułgarskiej firmie);

- Roczna reklama (200 znaków i logo) w przewodniku Sofia City Info Guide, które wydawane jest każdego miesiąca w nakładzie 20 000 egz. w języku bułgarskim oraz angielskim i skierowane jest do turystów oraz obcokrajowców przebywających w Bułgarii (Sofia, Warna i Burgas). Bezpłatna dystrybucja w kluczowych miejscach w Sofii, Warnie i Burgas – lotniska, dworce kolejowe, hotele, restauracje, targi, instytuty i centra kultury, agencje turystyczne, budynki biznesowe, przedstawicielstwa handlowe Bułgarii za granicą: 245,71 EUR (zakup usługi na miejscu w bułgarskiej firmie);

- Roczna reklama (200 znaków i zdjęcie + zaznaczenie symbolem na karcie) w Visitors Map of Sofia – mapa instytucji kultury, zabytków, hoteli, hosteli, restauracji, klubów na terenie Sofii, która wydawana jest w języku angielskim. Bezpłatna dystrybucja w kluczowych miejscach Sofii – lotnisko (oba terminale), dworzec kolejowy, dworce autobusowe, hotele, restauracje, galerie, centra informacyjno-kulturalne, agencje turystyczne, firmy wynajmujące samochody, przedstawicielstwa handlowe Bułgarii za granicą: 172,00 EUR; (zakup usługi na miejscu w bułgarskiej firmie).

- Ambasada RP w Pradze

- Ambasada wydatkowała kwotę 400,00 EUR na opracowanie projektu plakatu i banera w wykorzystaniem logo 90-tej rocznicy obecności Ambasady RP w Pradze w Pałacu Fürstenbergów. Dane wykonawcy: Maria Cierpisz.

- Instytut Polski w Pradze

- Zrealizowana została płatna promocja postów na profilu placówki na sieci Facebook w okresie od 13.12.2023 r. do chwili obecnej (14.12.2023, 20.02., 5.03., 14.05., 22.05.2024) - łącznie 40,50 EUR. Dotyczyła zwiększenia zasięgu profilu placówki oraz informacji nt. wybranych wydarzeń organizowanych przez IP - konkurs im. Szyjkowskiego na najlepszą pracę licencjacką/ magisterską, polska obecność na festiwalu Comic Con oraz targach książki Svet knihy w Pradze, Dzień Polski w Pradze.

- Materiał promocyjno-informacyjny - fotograficzny i wideo - na sieci społecznościowe i stronę internetową od 13.12.2023 r. do chwili obecnej (15.04., 5.11.2024) – łącznie 2700 EUR. Dotyczył informacji nt. zmiany siedziby placówki, promocji nowego adresu Instytutu Polskiego w Pradze oraz profilu działania IP. Wykonawca wyłoniony po dokonaniu rozeznania rynku: Marta Justyna Sawicka.

- Konsulat Generalny RP w Ostrawie

- 29 grudnia 2023 r. KG RP w Ostrawie zakupił torby z logo konsulatu na kwotę 279,98 EUR, które zostały wykonane przez: Agencję Reklamową Druczek S.C. Bożenna Godlewska, Borys Godlewski, Beata Godlewska z siedzibą w Jastrzębiu-Zdroju (44-330) przy ul. 11 Listopada 37C.

- Instytut Polski w Budapeszcie

- Od 13 grudnia 2023 r. IP w Budapeszcie zrealizował dwa spoty promocyjne. Pierwszy dotyczył obchodów 85-lecia placówki (w nim dwa wernisaże i koncerty). Drugi wystawy w galerii sztuki współczesnej IP (Platan).

Obchody 85-lecia IP – uroczystości przed IP (24 maja 2024 r.). Zgodnie z tradycją IP organizuje mały festiwal plenerowy przed budynkiem IP oraz inne imprezy w siedzibie.

- Nagranie spotu z obchodów - faktura dla DOL Bt. w wys. 547,07 EUR
- Przygotowanie prezentacji/spotu z wystawy rzeźb do finisażu online w ramach projektu pn. „Rzeźby. Zbigniew Bury (O życiu i losie człowieka)”
- 24 stycznia 2024 r., Galeria Platan. Wystawa rzeźb Zbigniewa Burego. Pierwsza z wystaw w ramach obchodów 25-lecia instytutowej Galerii Platan.
- Przygotowanie spotu z wystawy - faktura dla Fundacji 9Sił w wys. 250 EUR.
- Ponadto IP regularnie wydatkuje środki na płatne promocje projektów własnych w mediach społecznościowych (głównie Facebook) jak i współorganizowanych z partnerami zewnętrznymi.
- Poniżej szczegóły dot. ww. spotów:
- Nagranie spotu z obchodów 85-lecia IP pn. „Najstarszy instytut kultury na Węgrzech świętuje...”

Opis projektu:

24 maja, obchody 85-lecia IP – uroczystości przed IP.

Zgodnie z tradycją IP organizuje mały festiwal plenerowy przed budynkiem IP oraz inne imprezy w siedzibie. W tym roku na plenerowej scenie wystąpią: światowej sławy zespół folkowy Wołosi, bardzo popularny w Europie zespół rockowy Kraków Street Band oraz Kwartet Smyczkowy V4 (HU-USA/PL/CZ/SK). Koncertom towarzyszyć będą okolicznościowe przemówienia oraz wystawy w siedzibie IP i GP.

Cel: promocja IP na Węgrzech, promocja polskiej kultury.

Adresat: szeroko pojęta opinia publiczna

Liczba uczestników: 500 osób. Projekt w większości sfinansowany przez partnerów.

Przygotowanie prezentacji/spotu z wystawy rzeźb do finisażu online w ramach projektu DDK – pn. „Rzeźby. Zbigniew Bury (O życiu i losie człowieka)”

Opis projektu:

24 stycznia, Galeria Platan. Wystawa rzeźb Zbigniewa Burego.

Pierwsza z wystaw w ramach obchodów 25-lecia instytutowej Galerii Platan.

Zbigniew Bury jest jednym z czołowych polskich artystów interdyscyplinarnych, jest malarzem, rzeźbiarzem i ceramikiem. W galerii zaprezentujemy jego rzeźby wykonane przede wszystkim z drewna.

Cel: promocja polskiej sztuki współczesnej. Adresat: szeroko pojęta opinia publiczna.

Przewidywana liczba odbiorców: 300 osób.

IP jako partner projektu pokrywa część kosztów transportu eksponatów, kosztów podróży i noclegów artysty, drukowania katalogu i graficznych materiałów promocyjnych oraz zorganizuje kampanię promocyjną i informacyjną na swoich stronach społecznościowych. W związku z dużym zainteresowaniem wystawą, planujemy finisaż online.

- Instytut Polski w Madrycie

- Zakup usługi reklamowej na platformie Facebook. Promocja posta dotyczącego prezentacji książki Adama Michnika, zaplanowanej na dzień 11 listopada 2024 r. - 50 EUR.

- Instytut Polski w Rzymie

- 1700 EUR reklama online (posty FB, IG) koncertu Mazowsza; firma brizzi comunicazione s.r.l. www.brizzicomunicazione.it; Kontrahent, z którym IP współpracuje od lat; 1300 EUR biuro prasowe wystawy K. M. Bednarskiego Francesca Orsi - 2000 EUR promocja online

wystawy K. M. Bednarskiego w piśmie o sztuce Artribune (wyd. elektroniczne); kontrahent Artribune srl P.IVA 11381581005 – pismo branżowe dot. sztuki.

- Instytut Polski w Tel Awiwie

Projekt wizerunkowy - W grudniu 2023 r. zrealizowano projekt wizerunkowy w mediach społecznościowych we współpracy z POT (4 filmiki o Izraelczykach mieszkających w Polsce). Zdecydowana większość kosztów projektu została pokryta przez POT (produkcja i promocja filmików). IP dołożył się budżetem na promocję w wysokości 4000 EUR. Środki zostały przekazane agencji PR-owej, która wykorzystała środki na projekt i przeprowadzenie płatnej kampanii w mediach społecznościowych.

- Instytut Polski w Tokio

- zakupiono chusty z logo IP – 99 660 JPY - firma SNS Co., LTD.

- Ambasada RP w Pekinie

- Zakupiono materiały promocyjne – 1 356,45 EUR – firma Shanghai Heming Wenhua Chuanmei Youxian Gongs; 241,01 EUR – firma Beijing Siboyi Culture Communication Co., Ltd.

- Ambasada RP w Taszkencie

- Zakupiono roll-up z logo ambasady na potrzeby projektu „Wystawa grafik Tytusa Brzozowskiego w Taszkencie” na Międzynarodowym Biennale Sztuki Współczesnej w Akademii Sztuki Uzbekistanu – 79 EUR - firma z Taszketu „Discovery Style”; ścianka reklamowa z logo ambasady zamówiona na potrzeby koncertu „Echo miłości” z piosenkami Anny German w Taszkencie – 172,88 EUR - firma z Taszketu „Discovery Style”.

- Instytut Polski w Bratysławie

- Poniesiono koszty realizacji filmu video z przedsięwzięcia - Narodowe czytanie - 300,00 EUR (Dane podmiotu: CARDUELIS, Stanislav Stehlik)

- Konsulat Generalny RP w Nowym Jorku

- Współpraca placówki z klubami sportowymi w Nowym Jorku i okolicach polega najczęściej na przyznaniu patronatu honorowego lub uczestnictwem np. w Memoriale Kazimierza Deyny. W ramach budżetu placówka wspierała w 2024 r. organizację w Nowym Jorku wydarzeń „Bieg Tropem Wilczym” oraz Biegu z Flagą; W przypadku realizacji projektów placówka koncentrowała się na promocji Polski oraz polskiej kultury i historii, prowadzeniu działań związanych z upowszechnianiem wiedzy o rosyjskiej agresji na Ukrainę oraz kontaktami z diasporą żydowską. Środki wydawane były m.in. na wydruk materiałów, oprawę artystyczną. W przypadku wirtualnego zwiedzania obozu Auschwitz 3000 USD zapłacono przeprowadzającej pokaz oraz zapewniającej całościowe wsparcie techniczne i sprzętowe fundacji Spirit of the Triumph. Do działań ws. promocji Polski placówka nie angażowała agencji reklamowych ani PR;
- Placówka zaplanowała w budżecie kwotę 2800 USD na zakup materiałów promocyjnych mogących służyć do prezentowania i promowania Polski wśród Amerykanów. Dodatkowo, w ramach projektu „Holidays with exceptional Polish music” placówka planuje przygotowanie za 1 500,00 USD związanych z Polską podarunków dla amerykańskich uczestników spotkania świątecznego (najważniejsi i kluczowi partnerzy placówki – osoby z kręgu polityki, sztuki i gospodarki). W 2023 r. zaplanowano 2 000,00 USD na przygotowanie monet (tzw. Memory coin – niezwykle popularne w USA upominki) z wizerunkami Jana Karskiego i Ignacego Paderewskiego do przekazywania ważnym gościom placówki.

- Instytut Polski w Paryżu

Zrealizowano:

- Festiwal Chopin au Jardin- cykliczne wydarzenie organizowane przez Instytut Polski w Paryżu promujące muzykę F. Chopina w Paryżu
- publikacja reklamy w piśmie La Terrasse: 1 560 EUR
- kampania reklamowa w miejscach publicznych (plakaty, ulotki): 5 634 EUR
- obsługa medialna (relacja foto i wideo + aktualizacja spotu reklamowego): 2 000 EUR
- Festiwal filmowy Kinopolska 2024, 17. Edycja organizowana przez Instytut Polski w Paryżu
- relacja foto - 700 EUR
- relacja video – 2300 EUR
- publikacja reklamy w piśmie Positif - 1080 EUR
- zwiastun Kinopolska - 150 EUR
- materiały promocyjne – 1981,59 EUR

Reklama na FB dotycząca wydarzeń organizowanych przez IP na FB: 350, 91 EUR

- Instytut Polski w Sztokholmie

- W kontekście 20. rocznicy przystąpienia Polski do UE, na początku maja br. placówka zaangażowała się w szereg działań promocyjnych, przy okazji wydarzeń związanych z obchodami Dnia Europy oraz mającego miejsce w szwedzkim Malmö finału Konkursu Piosenki Eurowizji. W ramach organizowanych przez Biuro PE obchodów Dnia Europy w Sztokholmie, w dn. 7.05 br. zorganizowaliśmy w sztokholmskim centrum Kulturhuset stoisko promocyjne, towarzyszące odbywającej się w tym dniu serii debat i dyskusji z udziałem szwedzkich polityków. Przygotowany we współpracy z IP w Sztokholmie oraz Biurem POT stand był chętnie odwiedzany przez uczestników otwartego wydarzenia. Na zaproszenie Amb. J. Hofman, polski stand odwiedziła również SE min. ds. europejskich Jessica Roswall.

Ambasada oraz Instytut Polski włączyła się w koordynowane przez Przedstawicielstwo KE stoiska w Miasteczku Eurowizji, gdzie w dn. 9.05 br. świętowano Dzień Europy. W trakcie wydarzenia zorganizowany został m.in. quiz z pytaniami dotyczącymi wiedzy o poszczególnych państwach członkowskich, jak również odnoszącymi się do ich udziału w Konkursie Eurowizji. Prowadzony przez pracowników Przedstawicielstwa oraz reprezentantów kilku placówek dyplomatycznych stand cieszył się sporą popularnością wśród gości odwiedzających Miasteczko Eurowizji.

10.05 br. Amb. RP we współpracy z IP w Sztokholmie zorganizowała stand promocyjny towarzyszący konferencji na Uniwersytecie w Malmö, zatytułowanej Let's talk about EU(ro)vision, nawiązującej do celebrowanego Dnia Europy, rocznicy rozszerzenia z 2004 roku, wyborów do PE oraz historii Konkursu Eurowizji. W ramach artystycznego programu wydarzenia, z inicjatywy i przy zaangażowaniu placówki, polonijny zespół Kwiaty Polskie zaprezentował pokaz polskich tańców ludowych. Polskie stoisko, prezentowane podczas konferencji, było jedynym spośród państw członkowskich, co dodatkowo wpłynęło na duże zainteresowanie standem.

Seria działań promocyjnych, podjętych przez placówkę w ramach celebracji 20 lecia PL w UE, spotkała się z dużym zainteresowaniem uczestników poszczególnych wydarzeń, w które włączyła się Ambasada RP. Obecność przedstawicieli PL podczas eventów organizowanych przy okazji Dnia Europy czy konkursu Eurowizji była bardzo dobrze postrzegana, a jednocześnie stanowiła zachętę do zapoznania się z prezentowanymi informacjami o PL, naszej drodze do UE i osiągnięciach ostatnich 20 lat.

- Koszty promocji i reklamy uwzględnione w planach projektów, wydarzeń organizowanych przez IP - około 20 000 SEK (koszty druku plakatów, broszur reklamowych, wystaw w związku z promocją poszczególnych wydarzeń IP).

Jednocześnie uprzejmie informuję, że Ministerstwo prowadziło działania zachęcające do wzięcia udziału w wyborach do Parlamentu Europejskiego, które odbyły się w czerwcu 2024 r. Działania te oparte były na trzech krótkich filmikach przybliżających zasady wyborów, szczególnie za granicą. Filmiki zostały zrealizowane przez firmę Top of Mind na kwotę 24 600 zł.

Z wyrazami szacunku
z up. Władysław Teofil Bartoszewski
Sekretarz Stanu
/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Załączniki:

Zał. 1. Wydatki poniesione na realizację zadań MSZ z wykorzystaniem mediów tradycyjnych i cyfrowych.

Zał. 2. Wydatki MSZ poniesione na prenumeratę prasy.

Zał. 2a. Wydatki MSZ poniesione na prenumeratę prasy - jednostki podległe 2024 r.

Zał. 2b. Wydatki MSZ poniesione na prenumeratę prasy - jednostki nadzorowane 2024 r.