



Minister Funduszy i Polityki Regionalnej

Warszawa, data: 16 grudnia 2024 r.

znak sprawy: DKP-I.054.3.2024

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu RP

**Dotyczy: odpowiedzi na interpelację nr 5779 Pana Posła Dariusza Mateckiego
oraz grupy Posłów**

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację w sprawie wydatków poniesionych przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej oraz podmioty podległe i nadzorowane, na cele promocyjne i reklamowe od 13 grudnia 2023 r. do dnia otrzymania interpelacji (29 października br.), przedstawiam następujące informacje.

Pytanie 1. Jakie kwoty zostały wydatkowane na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych (prasa, radio, telewizja, portale internetowe, media społecznościowe) od dnia 13 grudnia 2023 roku? Proszę o szczegółowe zestawienie wydatków, z podziałem na wydawców i tytuły prasowe, programy telewizyjne, audycje radiowe oraz portale internetowe, wraz z podaniem kwot wydanych na poszczególne pozycje.

Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej w ww. okresie nie ponosiło wydatków na działania strictly reklamowe w mediach tradycyjnych i cyfrowych. Ministerstwo realizowało zadania związane m.in. z koordynowaniem wykorzystania funduszy unijnych w ramach polityki spójności oraz Krajowego Planu Odbudowy. Z tego powodu Ministerstwo było zobowiązane do informowania ogółu społeczeństwa o możliwościach uzyskania dofinansowania projektów, promocji efektów polityki spójności Unii Europejskiej w Polsce oraz informowania o korzyściach, jakie odnosi nasz kraj z faktu członkostwa w Unii Europejskiej.

Powyższe działania są wymagane przez Komisję Europejską w związku z art. 46, art. 48 i art. 49 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 2021/1060 z 24 czerwca 2021 r. ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Funduszu Spójności, Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji i Europejskiego Funduszu Morskiego, Rybackiego i Akwakultury, a także przepisy finansowe na potrzeby tych funduszy oraz na potrzeby Funduszu Azylu, Migracji i Integracji, Funduszu Bezpieczeństwa Wewnętrznego i Instrumentu Wsparcia Finansowego na rzecz Zarządzania Granicami i Polityki Wizowej (Dz. Urz. UE L 231 z 30.6.2021, str. 159). Założenia oraz cele efektywnej komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce opisuje Strategia komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027.

W ramach realizacji ww. zadań po 13 grudnia 2023 r. poniesiono wydatki na:

- kampanię informacyjno-promocyjną marki Fundusze Europejskie (Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o.),
- audycje informacyjno-edukacyjne poświęcone Funduszom Europejskim w audycji „Pytanie na śniadanie” (Telewizja Polska S.A. w likwidacji),
- audycje informacyjno-edukacyjne poświęcone tematyce Funduszy Europejskich „Biznes dla ludzi” (TVN24 i TVN BIS) i „Dzień dobry TVN” (TVN) – (TVN S.A.),
- kampanię informacyjno-edukacyjną dotyczącą możliwości ubiegania się o Fundusze Europejskie w stacjach radiowych i telewizyjnych "Otwórz się na nowe możliwości" (Eurozet Radio Sp. z o.o./Inforadio Sp. z o.o.; Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. Sp. K.; Polskie Radio S.A.; TIME S.A., Telewizja Polsat Sp. z o.o., TVN S.A., Telewizja Polska S.A. w likwidacji),
- kampanię informacyjną w stacjach radiowych i telewizyjnych w związku z 20. rocznicą przystąpienia Polski do Unii Europejskiej (Eurozet Radio Sp. z o.o./Inforadio Sp. z o.o./Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o./IM40 Sp. z o.o.; Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. Sp. K.; Polskie Radio S.A. w likwidacji; TIME S.A.; Audytorium17 Sp. z o.o.; Telewizja Polsat Sp. z o.o., TVN S.A., Telewizja Polska S.A. w likwidacji; TV PULS),
- zakup czasu antenowego na potrzeby cyklu audycji „Zmieniamy Polskę” – RMF FM, RMF Classic, RMF Maxx (Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. Spółka Komandytowa),
- działania informacyjno-promocyjne dotyczące krajowej polityki regionalnej oraz polityki miejskiej w prasie regionalnej i lokalnej oraz na portalach internetowych (Media Group Sp. z o.o.),
- konkurs ofert dla portali internetowych na akcję partnerską na działania informacyjno-edukacyjne w 3 obszarach: Fundusze Europejskie, KPO, 20-lecie Polski w UE (Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o.; Wirtualna Polska Media S.A.; Gazeta.pl Sp. z o.o.)

w łącznej kwocie 22 768 414,22 zł.

Ponadto poniesiono wydatki w kwocie 10 800,00 zł na rzecz Meta Platforms Ireland Limited związane z serwisem społecznościowym Instagram oraz 1 987,68 zł w związku z publikacją ogłoszenia o rozpoczęciu konsultacji społecznych Koncepcji Rozwoju Kraju 2050 w Dzienniku Gazeta Prawna (INFOR PL S.A.).

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez jednostki nadzorowane i podległe Ministerstwu Funduszy i Polityki Regionalnej, na działania informacyjne, edukacyjne i promocyjne w mediach tradycyjnych i cyfrowych w podanym terminie poniesiono wydatki łącznie w kwocie 864 366,18 zł:

1. **Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości (FPPP)** – 189 857,37 zł, w tym 187 849,76 zł w związku z realizacją działań zaplanowanych i zaangażowanych przed 13 grudnia 2023 r. oraz 2 007,61 zł w związku z realizacją działań w 2024 roku:
 - kampanią display promującą narzędzia FPPP dla małych i średnich przedsiębiorstw - ENZO Sp. z o.o. oraz jej kontynuacja przez FPPP w 2024 r. (Google Ireland Ltd., Meta Facebook, Linkedin Ltd.);
 - promocją działalności Fundacji Platforma Przemysłu Przyszłości w związku z projektem Szkoła Lidera – Rekord Grupa Mediowa Sp. z o.o.;
 - promocją działalności Fundacji Platforma Przemysłu Przyszłości na portalu www.echodnia.eu, www.radom.naszemiasto.pl, Dzienniku Echo Dnia, Facebooku Echo Dnia w związku z projektem Szkoła Lidera– Polska Press Sp. z o.o.;
 - kampanią informacyjno–promocyjną na nośnikach typu billboard –"GÓRMAR" ROZKLEJANIE PLAKATÓW I OGŁOSZEŃ Łucja Di Carlo;
 - kampanią wideo promującą materiał z Gali zakończenia III Edycji programu szkoleniowego Szkoła Lidera – ENZO Sp. z o.o.;
 - promocją postów sponsorowanych dotyczących laureatów Konkursu Fabryka Przyszłości 2023 oraz materiałów promocyjnych powstałych po rozdaniu nagród w Konkursie (wideo oraz fotorelacja) – ENZO Sp. z o.o.;
 - promocją materiałów oraz wywiadów przeprowadzonych z gośćmi Kongresu EDIH –ENZO Sp. z o.o.;
 - kampanią promocyjno-leadową dotyczącą webinaru "Wsparcie rozwoju cyfrowego przedsiębiorstw" (Google Ireland Ltd., Meta Facebook);
 - kampanią promocyjno-informacyjną organizowaną przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii oraz Fundację Platforma Przemysłu Przyszłości inaugurującą działalność sieci Europejskich Hubów Innowacji Cyfrowych w Polsce.

2. **Instytut Rozwoju Miast i Regionów (IRMIR)** – 16 587,77 zł (płatny artykuł na temat działalności Integratora Danych Miejskich IRMIR na Portalu Samorządowym, kampania mailowa Obserwatorium Polityki Miejskiej i Regionalnej, promocja InnoCity Expo 2024 na Portalu Samorządowym, promocja działalności Integratora Danych Miejskich na Facebooku (Wydawcy: PTWP Online Sp. z o.o.; Freshmail Sp. z o.o.; Brave New Sp. z o.o.).
3. **Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)** – 657 921,04 zł (publikacje prasowe, materiały wideo oraz materiały online związane z promocją Funduszy Europejskich oraz projektów z Norweskiego Mechanizmu Finansowego) – wydawcy: AGORA S.A., Grupa EUROZET – AGORA S.A., NEWSERIA, Serwis Informacyjny PAP, Bauer Media Invest, INFOR PL S.A., Polska Press Grupa, Grupa WM, Grupa Ringier Axel Springer Polska, Gremi Media SA, Grupa PTWP, Rampa.net.pl, Wirtualna Polska Media SA, Discovery Communications, My Company Media Sp. z o.o., BM Media Wydawnictwo Branżowe.

Pytanie 2. Jakie umowy zostały zawarte z agencjami reklamowymi w tym okresie? Proszę o wskazanie nazw agencji, przedmiotu umów, a także kwot wynagrodzenia przewidzianego w każdej z umów. W jaki sposób wybierane były te agencje do realizacji działań marketingowych?

Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej po 13 grudnia 2023 r. zawarło umowę z Agencją Reklamową DSK Sp. z o.o. (lider konsorcjum) i Euvic Media Sp. z o.o., której przedmiotem była realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej Funduszy Europejskich. Umowę zawarto w wyniku udzielenia zamówienia publicznego na podstawie ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych. (Dz. U. z 2023 r., poz. 1605 ze zm.).
Kwota umowy: 4 723 200,00 zł.

Ponadto, została zawarta umowa z Pacyfika Sp. z o.o., której przedmiotem było opracowanie planu działań edukacyjno-informacyjnych oraz świadczenie usług doradczych dotyczących Krajowego Planu Odbudowy. Wykonawca został wyłoniony po przeprowadzeniu badania rynku. Kwota umowy: 97 330,00 zł.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Jednostki nadzorowane i podległe Ministerstwu Funduszy i Polityki Regionalnej, po 13 grudnia 2023 r. zawarta została następująca umowa z agencją reklamową:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości:

- Aplan Media - obsługa należących do PARP kont reklamowych w serwisach internetowych takich jak: Google, Facebook, LinkedIn, X (dawniej Twitter) oraz przeprowadzenie za ich pomocą efektywnościowych kampanii informacyjno-promocyjnych w Internecie

dla wybranych działań realizowanych przez PARP (tryb: przetarg nieograniczony) – 738 000,00 zł.

Pytanie 3. Jakie tematy dominowały w kampaniach promocyjnych i reklamowych zleconych przez Ministerstwo oraz podległe mu jednostki od 13 grudnia 2023 roku? Proszę o podanie najczęściej poruszanych zagadnień w kampaniach medialnych oraz form przekazu (reklamy w prasie, radiu, telewizji, Internecie itp.).

W kampaniach informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych zleconych przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej dominowały tematy związane z:

- możliwościami pozyskiwania wsparcia finansowego z Funduszy Europejskich, w szczególności aktualnych naborach wniosków o dofinansowanie oraz efektach wdrażania FE,
- 20. rocznicą obecności Polski w Unii Europejskiej,
- możliwościami pozyskiwania wsparcia finansowego z Krajowego Planu Odbudowy (KPO).

Działania informacyjno-promocyjne były realizowane w formie audycji radiowych i telewizyjnych, materiałów prasowych i internetowych, spotów radiowych i telewizyjnych oraz profili MFIPR w social mediach.

Poniżej przedstawiam informację nt. tematyki dominującej w jednostkach nadzorowanych i podległych:

- 1. Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości** - tematyka związana z projektem „Szkoła Lidera”, narzędziami FPPP dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz wsparciem rozwoju cyfrowego.
- 2. W działaniach prowadzonych przez Instytut Rozwoju Miast i Regionów** dominowała tematyka związana z: działalnością Integratora Danych Miejskich IRMiR, Obserwatorium Polityki Miejskiej i Regionalnej oraz promocją InnoCity Expo 2024.
- 3. W przypadku działań realizowanych przez PARP** dominowały tematy związane ze wsparciem z programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej, Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki oraz Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego. Opisywane tematy obejmowały takie obszary jak: rozwój kompetencji pracodawców i pracowników, internacjonalizacja/ekspansja zagraniczna firmy, wzornictwo w przedsiębiorstwie, zrównoważony rozwój w tym gospodarka o obiegu zamkniętym w przedsiębiorstwie, rozwój poprzez

wdrożenie prac badawczo-rozwojowych, innowacje w przedsiębiorstwach. Pojawiały się również tematy związane z Norweskim Mechanizmem Finansowym i wsparciem z Funduszy Norweskich oraz z KPO dla branży HoReCa.

Pytanie 4. Jakie tytuły prasowe, czasopisma i periodyki były prenumerowane przez Ministerstwo oraz podległe mu jednostki od dnia 13 grudnia 2023 roku? Proszę o podanie liczby egzemplarzy oraz kwot wydanych na prenumeratę poszczególnych tytułów.

Informuję, że MFIPR we wskazanym czasie prenumerowało 38 tytułów prasowych papierowych oraz 41 tytułów prasowych elektronicznych. Zawarto umowy na prenumeratę prasy z firmą Garmond Press S.A. (prasa papierowa) oraz e-Kiosk S.A. (prasa elektroniczna). Łączna kwota wydatkowana na prasę papierową wyniosła 62 933,17 zł, a na prasę elektroniczną 126 167,80 zł. W załączniku nr 1 przekazuję informację na temat tytułów prasowych papierowych i elektronicznych prenumerowanych przez Ministerstwo.

W załączniku nr 2 przekazuję informację w zakresie tytułów prasowych, czasopism i periodyków prenumerowanych przez jednostki nadzorowane i podległe Ministerstwu.

Pytanie 5. Jakie działania promocyjne i informacyjne były realizowane w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami? Proszę o podanie nazw podmiotów, rodzajów działań oraz kwot przeznaczonych na te cele.

Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej po 13 grudnia 2023 r. nie realizowało działań promocyjnych ani informacyjnych we współpracy z klubami sportowymi ani innymi organizacjami. Ministerstwo uczestniczyło ze stoiskiem informacyjnym o Funduszach Europejskich w dwóch wydarzeniach masowych:

1. Festiwalu Europejskim w dniu 1 maja 2024 r. w ramach bezpłatnej współpracy z m.st. Warszawą,
2. Dniu Dziecka w dniu 1 czerwca 2024 r. w ramach bezpłatnej współpracy z Kancelarią Prezesa Rady Ministrów.

Jednostka podległa - Centrum Projektów Europejskich poinformowała o uczestnictwie w wydarzeniu zorganizowanym przez Małopolski Urząd Wojewódzki w Krakowie 30 kwietnia 2024 r. w związku z obchodami 20-lecia Polski w Unii Europejskiej (udział bezpłatny).

Pytanie 6. Jakie były przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024? Czy istnieje plan zwiększenia lub zmniejszenia budżetu na działania promocyjne?

Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej zaplanowało wydatki na cele informacyjno-promocyjne i edukacyjne związane z promocją Funduszy Europejskich, KPO oraz Partnerstwem Publiczno-Prywatnym na 2024 r. w wysokości ok. 31 mln zł. Nie jest przewidywane zwiększanie wydatków.

Poniżej przedstawiam informację na temat wydatków zaplanowanych na 2024 r. przez jednostki nadzorowane i podległe Ministerstwu:

1. Centrum Projektów Europejskich – 135 100 zł i 70.000 euro
2. Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości – 7 000,00 zł
3. Instytut Rozwoju Miast i Regionów – 16 587,77 zł
4. Krajowy Zasób Nieruchomości – 140 000,00 zł
5. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości – 9 781 679,16 zł
6. Wydział Polityki Regionalnej i Spójności w Stałym Przedstawicielstwie Rzeczypospolitej Polskiej przy Unii Europejskiej w Brukseli nie planował żadnych wydatków.

Jednostki nadzorowane i podległe poinformowały MFiPR, że nie jest planowane zwiększenie ww. wydatków. Wydatki mogą zostać zmniejszone w wyniku wystąpienia oszczędności w trakcie realizacji działań.

Z poważaniem

z up. Ministra

Jan Szyszko

Sekretarz Stanu

/podpisano elektronicznie/

Załączniki

1. Tytuły prasowe papierowe i elektroniczne prenumerowane przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej
2. Tytuły prasowe, czasopisma i periodyki prenumerowane przez jednostki nadzorowane i podległe Ministerstwu.