



Minister Klimatu i Środowiska

BM-WP.050.177.2024.MK
3464124.14272243.11500150
Warszawa, 28-01-2025

Pan Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu RP

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację Posła Dariusza Mateckiego oraz grupy posłów **w sprawie wydatków poniesionych przez Ministerstwo Klimatu i Środowiska i podmioty podległe - nadzorowane na cele promocyjne i reklamowe od 13 grudnia 2023 r. (K10INT5781)**, poniżej przedstawiam informacje w zakresie resortu.

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?**

Ministerstwo Klimatu i Środowiska oraz dwie instytucje wdrażające (jako instytucje nadzorowane/podległe) podejmowały działania informacyjno-promocyjne poświęcone Funduszom Europejskim, które są działaniami obowiązkowymi. W celu ich realizacji jest dostępna pula środków z UE. Działania te przedstawia poniższe zestawienie tabelaryczne (Tabela nr 1).

Tabela nr1

Data/Instytucja	Kwota	Wydawca	Tytuły	Programy/ audycje	Czego dotyczyło
MKiŚ DFE: 2023 (Faktura z 11.12.2023 r., z terminem płatności do 03.01.2024 r. za działania zrealizowane w okresie 15-28.11 2023 r.	415 000,00	Telewizja Polska Spółką Akcyjną z siedzibą w Warszawie, przy ul. Jana Pawła Woronicza 17	Spoty (każdy po 30 sekund) emitowane w terminie 15-28.11 na kanałach TVP 15-21.11 - emisja spotu poświęconego s. energetyka 22-28.11 - emisja spotu poświęconego s. środowisko Liczba emisji: s. energetyka - 285 s. środowisko - 176	Spoty emitowane w Kanałach TVP (TVP1, TVP2, TVP3, Dokument, TVP HD, Historia, Info, Kobieta, Kultura, Nauka, Polonia, Rozrywka, Seriale, Sport)	Prezentacja efektów realizacji POIiŚ w sektorach energetyka i środowisko
MKiŚ DFE: Faktura nr 0042/12/23/FVC z dnia 18.12.2023 r. z terminem płatności do dnia 08.01.2024 r.	121 133,40 zł brutto	Konsorcjum: Euvic Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Czerska 12, kod pocztowy 00-732 oraz Fabryka Komunikacji Społecznej – Paweł Prochenko, i Ireneusz Stankiewicz, z siedzibą w Warszawie, ul. Filtrowa 75 lok. 22, kod pocztowy 02-032	Realizacja czterech kampanii w internecie	Media społecznościowe: X (d. Twitter), Instagram, Facebook, YouTube i Google	Kampania nr 3 -Projekty energetyczne 20.10 - 14.11; Kampania nr 4 - Mój Prąd (MP3, MP4) 7.11 - 14.11; Kampania nr 5 - Program Klimatyczny EOG, 23.11 - 30.11; Kampania nr 6 - Fundusze Europejskie POIiŚ 2014-2020 środowisko, 23.11 - 30.11.
MKiŚ DFE: 2024 Faktura nr 0014/10/24/FVS z dnia 9.10.2024 r.	17 849,99 zł	Euvic Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Czerska 12, kod pocztowy 00-732	Realizacja kampanii w internecie	Media społecznościowe: X (d. Twitter), Instagram, Facebook i Google	Kampania w internecie mającą na celu wypromowanie wydarzenia transmitowanego on-line - Konferencji podsumowującej Program "Środowisko, Energia i Zmiany Klimatu" (MF EOG i NMF 2014 -2021) - Warszawa 26.09.2024 r.
Instytut Nafty i Gazu PIB w Krakowie (INiG PIB) jako instytucja nadzorowana/ podległa: Faktura nr FVR/00970/12/23 z dnia 19.12.2023, z terminem płatności do 09.01.2024, za działania świadczony w okresie 14.11.2023 - 19.12.2023	49 200,00	WIRTUALNA POLSKA MEDIA S.A. Żwirki i Wigury 16 02-092 WARSZAWA	10 artykułów sponsorowanych w Internecie, zamieszczonych na dedykowanej stronie internetowej powiązanej z wykonawcą (w ramach domeny wydawcy)	Nie dotyczy	Prezentacja efektów realizacji POIiŚ w sektorach energetyka i środowisko.

<p>Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej jako instytucja nadzorowana / podległa w zakresie zadań związanych z POIiŚ / FEnIKS / FEPW: Faktura nr 202301860 z dnia 28.12.2023</p>	2 460,00	Octopus Media Sp. z o.o.	Płatna promocja posta na FB	Media społecznościowe (FB)	Płatna promocja posta zapraszającego ma szkolenie online: Typ projektu: Korytarze ekologiczne Płatna promocja posta zapraszającego ma szkolenie online: Typ projektu: Podnoszenie świadomości ekologicznej i promowanie postaw proekologicznych
<p>Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej jako instytucja nadzorowana / podległa w zakresie zadań związanych z POIiŚ / FEnIKS / FEPW: Faktura nr 202301860 z dnia 28.12.2023</p>	8 818,00	Octopus Media Sp. z o.o.	Płatna promocja posta na FB	Media społecznościowe (FB)	Płatna promocja postów promujących FEPW.
<p>Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej jako instytucja nadzorowana / podległa w zakresie zadań związanych z POIiŚ / FEnIKS / FEPW: Faktura nr 202301860 z dnia 28.12.2023</p>	60 882,58	Octopus Media Sp. z o.o.	Artykuł prasowy z wersją online	Dziennik Gazeta Prawna	Celem artykułu była promocja naborów w ramach FEPW i FEnIKS. Link do wersji online artykułu: https://finanse.gazetaprawna.pl/artykuly/9373373

MKiŚ w ramach realizacji Projektu POI.02.04.00.00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” finansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020 po 13.12.2023 roku finalizował płatności dotyczące:

- 1) ogólnopolskiej kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej Polskim Parkom Narodowym z udziałem Influencera („Busem przez świat”). Materiały są umieszczone na Bramie Głównej Polskich Parków Narodowych (ppn.gov.pl). Łączny koszt kampanii wyniósł 266 910 zł brutto.
- 2) projektu POIS.02.04.00-00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” i Polskich Parków Narodowych w mediach społecznościowych Parków Narodowych i Ministerstwa Klimatu i Środowiska. Materiały zostały oblikowane w mediach społecznościowych parków narodowych oraz na stronie MKiŚ. Dostępne są w Bramie Głównej Polskich Parków Narodowych (ppn.gov.pl). Łączny koszt promocji wyniósł 42 742, 50 zł brutto.

Jednostki Podległe/Nadzorowane

Instytut Nafty i Gazu - Państwowy Instytut Badawczy (INiG - PIB)

Odpowiedź na ww. pytanie zawarte w układzie tabelarycznym, stanowiące Załącznik nr 1.

Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy (IOŚ-PIB).

Odpowiedź na ww. pytanie zamieszczone w tabeli stanowiącej Załącznik nr 2.

Lasy Państwowe (LP)

Wydatki LP związane z reklamami w mediach tradycyjnych i cyfrowych wskazane są w tabeli załączonej do pisma, tabela xls, arkusz DP-M (Załącznik nr 3) oraz w tabeli xls (Załącznik nr 4).

Instytut Energetyki – Państwowy Instytut Badawczy (IEN-PIB)

W ramach kampanii promocyjnych i reklamowych IEN-PIB posługiwał się następującymi narzędziami:

- Reklama w prasie:
 - Wydawnictwo SIGMA-NOT - "Wiadomości Elektrotechniczne" nr 12/23 - Reklama wizerunkowa - ekspozycja logotypu IEN-PIB: 738,00 zł.
 - Dom wydawniczy "LIDAAN" Sp. z o.o. - Czasopismo „Urządzenia dla energetyki” - Reklama w czasopiśmie: 799,50 zł.
 - Towarzystwo Elektrowni Wodnych - "Hydroenergetyka" 2024.- Reklama w biuletynie reklamowym: 1 353,00 zł.
 - Reklama firmy (w formie banerów i stoiska) podczas seminarium szkoleniowego ELSEP 2024 „Elastyczność sieci elektroenergetycznej - obecne wyzwania dla energetyki” - organizator Stowarzyszenie Elektryków Polskich Białystok: 3 075,00 zł.
- Reklama w Internecie:
 - CENTRUM PROMOCJI BIZNESU – reklama i umocnienie wizerunku IEN-PIB w Internecie: 3 013,50 zł,
 - reklama i promocja na stronie internetowej (poster, zdjęcia) dot. realizowanego projektu z tematu inżynierii materiałowej – „Innowacyjne materiały na bazie azotku krzemu” –

projekt i wykonanie materiałów promocyjnych firma – Tadeusz Poźniak Fotografia:
1 476,00 zł,
- wydatki poniesione na reklamę w mediach tradycyjnych i cyfrowych w IEN-PIB:
10 455,00 zł.

Państwowy Instytut Geologiczny – Państwowy Instytut Badawczy (PIG-PIB)

Poniesione wydatki na cele promocyjne i reklamowe od 13 grudnia 2023 r.

Zamieszczenie artykułów sponsorowanych (j.n.).

Lp.	Rok	Tytuł czasopisma	Tytuł artykułu	Kwota brutto w PLN
1.	2023	Magazyn Biomasa	Podziemne składowanie	6 137
2.	2023	Głos Szczeciński, POLSKA PRESS GRUPA	Czy w Szczecinie można jeszcze budować nowe domy?	9 659
3.	2023	Kurier Szczeciński KURIER SZCZECIŃSKI Sp. z o.o.	Czy w Szczecinie można jeszcze budować nowe domy?	10 824
4.	2023	Kurier Lubelski POLSKA PRESS GRUPA	Czy w Lublinie można jeszcze budować nowe domy?	9 659
5.	2023	Dziennik Wschodni CORNER MEDIA Sp. Z o.o.	Czy w Lublinie można jeszcze budować nowe domy?	7 626
6.	2024	Gazeta Wyborcza	Wszystko zaczyna się od... surowców mineralnych	19 680
7.	2024	Środowisko	Surowce mineralne w środowisku	7 380
8.	2024	Gazeta Wyborcza	Wywiad z dyrektorem PIG-PIB na temat klimatu inwestycyjnego w sektorze mineralnym w Polsce	20 664

Instytut Ekologii Terenów Uprzemysłowionych (IETU)

W wymienionym okresie nie poniósł wydatków na działania marketingowe, promocyjne, reklamowe i informacyjne.

Zadania związane z upowszechnianiem nauki i wyników badań naukowych zostały, ze względu na brak środków na te cele, zrealizowane bezkosztowo. Obejmowały m.in. artykuły w prasie oraz promocję na branżowych stronach internetowych, portalach społecznościowych itp. W 36 informacjach (artykułach/wzmiankach/ogłoszeniach) w prasie branżowej i w formie elektronicznej na stronach i portalach branżowych pojawiły się wiadomości i wzmianki dot. działalności IETU. W mediach społecznościowych na profilach instytutu:

- Twitter - https://twitter.com/IETU_PL,

- LinkedIn - <https://pl.linkedin.com/company/instytut-ekologii-terenow-uprzemyslowionych>,

- Facebook - <https://www.facebook.com/IETUPL> oraz <https://www.facebook.com/profile.php?id=100071689750111,google.bussines.com>

IETU zamieścił łącznie 634 posty, a w serwisie Youtube IETU - <https://www.youtube.com/channel/UCGLMtkNV94OHx4Xi6Jt3N0w/videos> opublikowano 8 filmów, odnotowano 363 wyświetlenia.

IETU we wspomnianym okresie prowadził również stronę internetową w dwóch wersjach językowych PL i EN: <https://ietu.pl/> - na której w zakładce Aktualności zamieszczał artykuły dotyczące bieżącej działalności - ukazało się 40 newsów, jak również informacje dot. prowadzonych projektów i organizowanych wydarzeń promujących wyniki badań.

Instytut nie zawierał umów z agencjami reklamowymi i nie prenumerował artykułów prasowych, czasopism i periodyków, nie współpracował z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami.

Jednocześnie nie zaplanowano wydatków na cele promocyjne i reklamowe na 2024 rok poza działaniami zaplanowanymi w projektach unijnych, na które przewidziane zostały środki finansowe w budżecie projektu.

Parki Narodowe

Wszystkie działania podejmowane przez parki narodowe dotyczące współpracy z wydawnictwami, portalami, prasą, radiem czy telewizją nie były działaniami stricte reklamowymi, a jedynie działaniami informacyjno-promocyjnymi mającymi na celu promowanie idei ochrony przyrody i różnorodności biologicznej.

Lp.	Rodzaj środka przekazu	PARK	Środek przekazu	Kwota brutto (w zł)	Łączna wydatków. kwota brutto (w zł)
1.	Wydawca i tytuł prasowy: oficyna wydawnicza OIKOS Sp. z o.o. - artykuł w czasopiśmie „Las Polski”	Babiogórski PN	Prasa	3 800,00	52 898,92
2.	Wydawca i tytuł prasowy: Anonspress Jacek Stankiewicz: ogłoszenie w „Rzeczpospolitej”		Prasa	4 715,82	
3.	Wydawca i tytuł prasowy: „Prasa Beskidzka” 2 artykuły prasowy w Kronice Beskidzkiej i na portalu beskidzka24.pl		Prasa	5 758,00	
4.	oficyna wydawnicza OIKOS Sp. z o.o. - reklama w Internecie		Portal	750,00	
5.	Nakiva Weronika Sala, publikacja materiału promocyjnego na portalu sucha24.pl		Portal	1 000,00	
6.	GoodEye Robert Wilk, promocja webinarów, materiałów filmowych oraz realizacja		Portal	2 1875,10	
7.	Portal internetowy - realizacja materiału filmowego do zamieszczenia na portalu BgPN i kanale YT BgPN Tokksa Aero s.c.		Portal	15 000,00	
8.	Telewizja Polska S.A., Oddział w Rzeszowie na zlecenie BdPN. Produkcja i emisja programu telewizyjnego w ramach projektu pn.: „Energia słoneczna dla Człowieka i dla Przyrody w ramach edukacji ekologicznej Bieszczadzkiego Parku Narodowego” w ramach Programu Regionalnego	Bieszczadzki PN	Telewizja	30 000,00	118 050,00

	Wsparcia Edukacji Ekologicznej część 2) Fundusz Ekologii finansowanego ze środków NFOŚiGW i WFOŚiGW w Rzeszowie				
9.	Telewizja Polska S.A., Oddział w Rzeszowie na zlecenie BdPN. Produkcja i emisja programu telewizyjnego w ramach projektu pn.: „Bieszczadzki Park Narodowy (1973-2023) - dorobek w zakresie ochrony przyrody i różnorodności biologicznej”.		Telewizja	31 000,00	
10.	Studio Olawski, Damian Olawski, Kraków. Licencja na projekcję filmu „Bieszczady 4 pory roku” w ośrodkach edukacyjnych Bieszczadzkiego PN.		Telewizja	43 050,00	
11.	Polskie Radio – Polskie Radio Dzieciom, Warszawa na zlecenie BdPN. Słuchowisko dla dzieci o przygodach rysia Pędzelka w ramach projektu pn.: „Bieszczadzki Park Narodowy (1973-2023) - dorobek w zakresie ochrony przyrody i różnorodności biologicznej”.		Radio	14 000,00	
12.	Spoty informacyjne o PN „Gór Stołowych” w Radio Wrocław	PN Gór Stołowych	Radio	7 450,00	11 017,00
13.	Reklama prasowa w magazynie branżowym „Wiadomości Turystyczne”		Prasa	3 567,00	
14.	Artykuł prasowy opisujący walory PPN wraz z informacjami turystycznymi – publikacja na łamach tygodnika Nowy Tydzień	Poleski PN	Prasa	200,00	200,00
15.	W ramach Dni Otwartych Roztoczańskiego Parku Narodowego odbyła się kampania informacyjna 50 lat RPN "Park dla ludzi – ludzie dla Parku. Razem dla ochrony przyrody" Omówione były następujące zagadnienia; „Wilki i Ryś – prawdziwe oblicze władców roztoczańskich ostępów”	Roztoczański PN	Telewizja	10 000,00	10 000,00
16.	Zakoplan	Tatrzański PN	Prasa	17 860,00	125 580,38
17.	Tygodnik Podhalański		Prasa portal	15 375,00	
18.	Radio Kraków		Radio	1 414,50	
19.	Google		Portal	90 930,88	
20.	Reklama PN "Ujście Warty" I Ośrodka Muzealno – Edukacyjnego w Stońsku. Wydawnictwo.	PN "Ujście Warty"	Prasa	1 599,00	1 599,00
21.	Spot reklamowy Twoje radio.	Woliński PN	Radio	2 000,00	2 000,00

Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska w Bydgoszczy (RDOŚ)

RDOŚ w Bydgoszczy – „Gazeta Pomorska”, „Express Bydgoski (Polska Press sp. z o.o.)”, cel: promocja projektu pn. „Remediacja terenów zanieczyszczonych w rejonie dawnych ZCH „Zachem” w Bydgoszczy w celu likwidacji zagrożeń zdrowotnych i środowiskowych, w tym dla obszaru Natura 2000 Dolina Dolnej Wisły oraz Morza Bałtyckiego” – kwota 8 302,50 zł współfinansowane ze środków POLiŚ 2014-2020.

Biuro Urządzania Lasu i Geodezji Leśnej

Biuro Urządzania Lasu i Geodezji Leśnej poniosło wydatki na promocję według poniższego zestawienia:

Lp.	Cel	Kwota [zł]
1	Promocja BULiGL podczas uroczystości rocznicowych w Radomiu	1500,00
2	Koszulki z logo BULiGL na XXX Mistrzostwa Europy	16748,53
3	Udział w biegach EFOL	5384,57
4	Foldery reklamowe dla pracowni introligatorskiej	1240,00
5	Koszulki na Mistrzostwa w ping ponga	628,78
6	Materiał informacyjny w miesięczniku Środowisko (projekt Life)	3000,00
	Razem	28501,88

BULiGL przekazało, że wydatki na cele promocyjne i reklamowe zostały poniesione w zaplanowanych wysokościach oraz że nie jest planowane zwiększenie środków na takie działania.

Główny Inspektorat Ochrony Środowiska (GIOŚ), Instytut Badawczy Leśnictwa (IBL) oraz Biuro Nasiennictwa Leśnego (BNL)

GIOŚ, IBL oraz BNL w okresie od 13 grudnia 2023 r. nie poniosły wydatków na cele promocyjne i reklamowe, na dzień otrzymania informacji od tych jednostek nie planowały one finansowania tego rodzaju wydatków oraz nie było planu zwiększenia wydatków na tego typu cele w 2024 roku.

- 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?**

Umowa ramowa nr DFE- VI-6/2023 z dnia 27.06.2023 r. została podpisana z Konsorcjum: Euvic Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Czerska 12, kod pocztowy 00-732 oraz Fabryka Komunikacji Społecznej – Paweł Prochenko, i Ireneusz Stankiewicz, z siedzibą w Warszawie, ul. Filtrowa 75 lok. 22, kod pocztowy 02-032, na usługę polegającą na obsłudze emisji kampanii informacyjnych/promocyjnych w Internecie na kwotę 182 032,20 zł brutto. – podmiot wyłoniony w ramach przetargu nieograniczonego tryb podstawowy zgodnie z art. 275 pkt 1 ustawy Pzp.

Umowa ramowa nr DFE – VI-WIP-6/2024 z dnia 13.08.2024 została podpisana z Euvic Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Czerska 12, kod pocztowy 00-732, na usługę polegającą na obsłudze emisji kampanii informacyjnych/promocyjnych w Internecie na kwotę 125 790,00 zł brutto. – podmiot wyłoniony w ramach przetargu nieograniczonego tryb podstawowy zgodnie z art. 275 pkt 1 ustawy Pzp.

W ramach realizacji Projektu POIS.02.04.00.00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” finansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020, MKiŚ podpisało dwie Umowy:

- 1) Umowa nr DOP/26/POIS/2023 podpisana z Agencją reklamową DSK sp. z o.o. Przedmiot umowy obejmował ogólnopolską kampanie informacyjno – promocyjną poświęconą Polskim Parkom Narodowym z udziałem Influencera („Busem przez świat”). Agencja została wyłoniona w drodze postępowania zgodnie z ustawą – Prawo zamówień publicznych.
Łączny koszt kampanii wyniósł 266 910 zł brutto.
- 2) Umowa nr DOP/27/POIS/2023 podpisana z firmą GoldenSubmarine sp. z o.o, s.k. Przedmiot umowy obejmował przygotowanie i przeprowadzenie promocji Projektu POIS.02.04.00-00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” i Polskich Parków Narodowych w mediach społecznościowych Parków Narodowych i Ministerstwa Klimatu i Środowiska. Firma została wyłoniona zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 1 ustawy Prawo zamówień publicznych.
Łączny koszt promocji wyniósł 42 742, 50 zł brutto.

Obie Umowy były realizowane w ramach Projektu POIS.02.04.00-00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” finansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 i były zgodne z harmonogramem rzeczowo – finansowym projektu oraz opisem projektu.

Kalendarze CITES na rok 2024 (projekt, skład, druk, dystrybucja), wydatek poniesiony w grudniu 2023. Wysokość: 49 200 zł brutto. Umowa zawarta z Kolaż Agencja Reklamowa Ewa Kisiel, wyłoniona w drodze przetargu nieograniczonego. Cel: promowanie wiedzy o Konwencji Waszyngtońskiej (CITES), zajmującej się ochroną gatunków w drodze regulacji handlu, i o gatunkach nią objętych.

Jednostki Podległe/Nadzorowane

Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (NFOŚiGW).

We wskazanym okresie NFOŚiGW nie zawarł żadnych nowych umów z agencjami reklamowymi na podstawie których realizowane byłyby działania w ramach POLiŚ, FEPW i FEnIKS w podanym okresie.

Instytut Energetyki – Państwowy Instytut Badawczy.

IEN – PIB poinformował, że nie zawierał umów z agencjami reklamowymi we wskazanym okresie.

Instytut podpisał w dn. 25.07.2024 r. „Deklarację uczestnictwa” z Centrum Promocji Biznesu, ul. Dworzysko 55, 35-213 Rzeszów dot. tegorocznej edycji konkursu "Podkarpacka Nagroda Gospodarcza". Oddział Instytutu w Boguchwale jest zainteresowany uczestnictwem ww. wymienionym konkursie, ponieważ jest on przygotowany we współpracy z Marszałkiem Województwa Podkarpackiego i Wojewodą Podkarpackim. Patronat nad konkursem sprawuje Marszałek Senatu RP oraz Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej. Celem konkursu jest wyłonienie grupy najlepszych i najaktywniejszych gospodarczo firm Podkarpacia, które, dzięki osiąganym wynikom w prowadzonej działalności, są lub mogą stać się wzorem dla innych. To również promowanie rozwoju gospodarczego województwa poprzez prezentację firm o najbardziej pożądanym wizerunku gospodarczym.

Państwowy Instytut Geologiczny – Państwowy Instytut Badawczy (PIG-PIB) – umowy zawarte z firmami świadczącymi usługi marketingowe w okresie od 13 grudnia 2023 r. do 7 listopada 2024 r.

Lp.	Nazwa firmy	Przedmiot umowy	Kwota wynagrodzenia brutto w PLN	Sposób wyboru firmy
1/2024	GoMa Mariusz Markut; 37-450 Stalowa Wola, ul. Kazimierza Mireckiego 13	wykonanie i dostawa materiałów reklamowych (gadżetów)	89 906,25	Zapytanie ofertowe
2/2024	STUDIO SIEDEM ŻÓŁTOWSKI GRZEGORZ, ul. Myślenicka 186, 30-698 Kraków	wykonanie i dostawa materiałów reklamowych (gadżetów)	21 210,12	Zapytanie ofertowe
3/2024	PHU OLEJNIK Piotr Olejnik, 01-318 Warszawa, ul. E. Szwanowskiego 2/3,	wykonanie i dostawa zestawów wystawowych	63 148,20	Zapytanie ofertowe
4/2023	PRORedi Adam Psica ul. 3 Maja 67/33, 32-100 Proszowice	Produkcja czterech filmów, wraz z ich wersjami skróconymi, promujących działalność Państwowego Instytutu Geologicznego – PIB	129 150	Zapytanie ofertowe
5/2024	PRORedi Adam Psica ul. 3 Maja 67/33, 32-100 Proszowice	Produkcja dwóch filmów, wraz z ich wersjami skróconymi, promujących działalność Państwowego Instytutu Geologicznego – PIB	75 030	Zapytanie ofertowe
6/2024	PRORedi Adam Psica ul. 3 Maja 67/33, 32-100 Proszowice	Produkcja prezentacji multimedialnej z okazji obchodów Jubileuszu PIG. Prezentacja przedstawia historię Instytutu oraz podkreśla jego rolę jako wiodącej instytucji w dziedzinie geologii i nauk z nią związanych	3 936	Zapytanie ofertowe

Instytut Nafty i Gazu - Państwowy Instytut Badawczy (INiG-PIB)

INiG – PIB przedstawił odpowiedź na ww. pytanie w układzie tabelarycznym, która znajduje się w Załączniku nr 1.

Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy.

We wskazanym terminie IOŚ-PIB zawarł następujące umowy:

1) Dostawa materiałów promocyjnych:

Umowy zawarto z 3 podmiotami:

a) Studio "B & W" Wojciech Janecki,

- b) Agencja Reklamowa Ważka Sp. z o.o.,
- c) Promobay Brzoskowski Kamaj Sp.j. z siedzibą w Poznaniu.

Maksymalna łączna wartość Umowy ramowej stanowiąca limit wynagrodzenia z tytułu realizacji wszystkich Zamówień wykonawczych (sumarycznie wszystkie ww. podmioty), uwzględniająca wszelkie koszty, wynosi nie więcej niż 158 043,78 PLN brutto.

Wykonawców wybrano w procedurze zapytania ofertowego.

2) Publikacja artykułów sponsorowanych w prasie (w wydaniach papierowych, elektronicznych oraz powiązanych z nimi portalach internetowych) oraz na portalach internetowych:

umowę zawarto z Biurem Reklamy Gazet Lokalnych sp. z o.o. z tytułu realizacji przedmiotu Umowy Wykonawcy przysługuje maksymalne wynagrodzenie w kwocie 879 598,00 PLN brutto. Do wyboru wykonawcy zastosowano ustawę Pzp.

Parki Narodowe

Babiogórski PN w ramach realizacji projektu „Dla Babiej Góry – cykl wydarzeń mających na celu podniesienie świadomości ekologicznej społeczeństwa poprzez obchody jubileuszu powstania Babiogórskiego Parku Narodowego” podpisał umowę nr 1277/2023/Wn-50/EE-ee/D z agencją Tokksa Aero s.c. Przedmiotem umowy była realizacja filmu edukacyjno-przyrodniczego (22 min) oraz dwóch spotów (30 – 60 sek.) związanych z jubileuszem powstania Babiogórskiego PN. Firma została wyłoniona w drodze przetargu nieograniczonego w trybie unijnym. Łączny koszt promocji wyniósł 60 000,01 zł brutto.

Park Narodowy „Ujście Warty” zawarł Umowę z agencją marketingową „Cięty Język”. Przedmiotem Umowy jest świadczenie usługi marketingowej (strategicznej, graficznej, copywriterskiej) polegającej, w szczególności na stworzeniu nazwy, identyfikacji wizualnej, szablonów projektów graficznych i strategii komunikacji w Mediach Społecznościowych dla Ośrodka Muzealno-Edukacyjnego w Stońsku. Firma została wyłoniona zgodnie z ustawą – Prawo zamówień publicznych. Łączny koszt promocji wyniósł 61 500,00 zł brutto.

Generalna Dyrekcja Ochrony Środowiska (GDOŚ)

GDOŚ zawarł umowy z agencjami:

- Agencja Reklamy Eureka Plus Barbara Fedorowicz Ryszard Fedorowicz, przygotowanie wizualizacji, wytworzenie materiałów promocyjnych oraz ich dostawa do Generalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska - kwota 42 264,03 zł brutto.

- Agencja reklamowa MART-MEDIA Tomasz Skibowski, Mariusz Sadkowski s.c., opracowanie indywidualnych projektów graficznych, skład, przygotowanie do druku, wykonanie (druk, wykończenie, usługa introligatorska) 3 rodzajów kalendarzy: trójdzielnych na rok 2025, 2 książkowych na rok 2025, wieloplanszowych na lata 2025/2026 oraz ich dostawa do GDOŚ – kwota 36 678,60 zł brutto.

- Agencje wybrano zgodnie z regulaminem zamówień publicznych GDOŚ (dotyczy zamówień o wartości mniejszej niż 130 000 zł).

W pierwszym przypadku oferty zostały ogłoszone na stronie BIP GDOŚ, w drugim wysłane do 3 potencjalnych Wykonawców. Kryterium wyboru była najniższa cena.

Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska (RDOŚ)

RDOŚ w Katowicach:

- 100 szt. kalendarzy reklamowych na 2024 r. w kwocie 1 795,80 zł - wykonanie kalendarzy zlecono w trybie poza ustawą Pzp po dokonaniu rozeznania cenowego. Zgodnie z wewnętrznym regulaminem zamówień publicznych, z uwagi na wartość zamówienia, umowa nie była wymagana. Zamówienie zrealizowała firma P.H.U. Vector Sp. z o.o.;

- zakup materiałów na potrzeby promocji działań RDOŚ Katowice (torby, puzzle, breloki) w kwocie 4 736,92 zł - umowę na zakup materiałów zawarto z Agencją SZPILKA w wyniku rozstrzygnięcia postępowania w trybie rozeznania rynku (poza ustawą Pzp). Zapytanie ofertowe zostało wysłane do 3 potencjalnych Wykonawców.

Główny Inspektorat Ochrony Środowiska oraz Centrum Informacyjne Lasów Państwowych (CILP) nie prowadziły spraw związanych z zawieraniem umów z agencjami reklamowymi. CILP nie prowadził także kampanii promocyjnych i reklamowych we wskazanym czasie w okresie od 13 grudnia 2023r.

- 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.).**

Pod koniec 2023 r. MKiŚ, jako Instytucja Pośrednicząca w Programie Operacyjnym Infrastruktura i Środowisko (POIiŚ) 2014-2020, realizował działania promocyjne, których celem było zapewnienie społeczeństwu informacji na temat projektów współfinansowanych w ramach Funduszy Europejskich, zaprezentowanie społeczeństwu konkretnych efektów realizacji projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich oraz zapewnienie akceptacji społecznej dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich. W związku z tym tematem dominującym były efekty realizacji projektów w ramach POIiŚ 2014-2020, które zaprezentowano w spotach telewizyjnych, wyemitowanych w Telewizji Polskiej.

W 2024 r., MKiŚ, jako Instytucja Pośrednicząca w programach Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko (FEnKS) 2021-2027 oraz Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (FEPW) 2021-2027, realizował działania, których celem było zapewnienie wysokiej świadomości ogółu społeczeństwa o celach, podejmowanych działaniach oraz oczekiwanych efektach programów. Dominującym tematem były obszary wsparcia w ramach obu programów.

Dodatkowo, w związku z 20-leciem obecności Polski w Unii Europejskiej, w 2024 r. realizowane były działania podsumowujące wykorzystanie środków europejskich w sektorach energetyki i środowiska.

Przykładowo, kampanie w Internecie opisane w pkt. 1¹ polegały na pokazaniu efektów i korzyści, jakie społeczeństwo zyskuje dzięki inwestycjom finansowanym ze środków UE, prezentacji pozytywnych przykładów zmian, jakie się dokonały dzięki wsparciu, poinformowaniu o możliwościach w planowaniu i wdrażaniu ekologicznych inwestycji dzięki środkom z Programu Klimatycznego EOG. Dodatkowo kampanie internetowe obejmowały promocję Programu Mój Prąd (3.4.MP).

Dodatkowo MKiŚ jako Operator Programu Środowisko, Energia i Zmiany klimatu prowadził kampanie skierowane do ogółu społeczeństwa, których celem było przedstawienie pozytywnych efektów realizacji Programu Środowisko, Energia i Zmiany Klimatu oraz podsumowanie kończącej się perspektywy finansowej.

MKiŚ w ramach realizacji Projektu POIS.02.04.00.00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” w ramach kampanii informacyjno-promocyjnych skierowanych do ogółu społeczeństwa poruszało tematy związane z ideą ochrony przyrody, dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego oraz promowania idei Polskich Parków Narodowych będących wspólnym dobrem, za które wszyscy jesteśmy odpowiedzialni. Przedstawiano także walory przyrodnicze, kulturowe i historyczne wszystkich parków narodowych. Ponadto promowane były właściwe zachowania na obszarze parków narodowych oraz działalność edukacyjno-badawcza realizowana w parkach. Dodatkowo wypromowane produkty powstałe w ramach Projektu POIS.

Jednostki Podległe/Nadzorowane

NFOŚiGW:

Działania dotyczyły nowej perspektywy finansowej FE, a w szczególności oferty finansowania projektów w ramach FEnIKS i FEPW 2021-2027, prezentacja informacji na temat ogłaszanych naborów oraz prezentowanie ogólnych informacji na temat właściwych priorytetów FEPW i FEnIKS.

Instytut Nafty i Gazu - Państwowy Instytut Badawczy w Krakowie:

Tematyką zleconych artykułów były efekty wdrażania działania 7.1 POIiŚ 2014-2020, przedstawienie dofinansowanych projektów oraz korzyści płynące z ich realizacji. Podkreślano wkład Funduszy Europejskich oraz starano się przedstawić wpływ zrealizowanych projektów na bezpieczeństwo energetyczne Kraju. Wszystkie 10 artykułów jest dostępne na stronie internetowej: <https://infrastrukturaisrodowisko2014-2020.wp.pl/>

Ponadto INiG – PIB przedstawił odpowiedź na ww. pytanie w układzie tabelarycznym, która znajduje się w załączniku nr 1. Instytut NiG w kampaniach medialnych posługiwał się następującymi narzędziami: publikacjami w prasie (5), publikacjami artykułów (10), stanowiskiem wystawienniczym (1), stoiskiem (1), usługami marketingowymi (2), wystawą (1), posterem na konferencji (1), patronatem medialnym (1).

¹ Tabela nr 1 w odp. na pyt nr 1 na str. 2 i 3

Instytut Energetyki – Państwowy Instytut Badawczy

IEN – PIB w ramach kampanii promocyjnych i reklamowych posługiwał się następującymi narzędziami:

- Reklama w prasie:
 - reklama w czasopiśmie branżowym dot. działalności IEN-PIB – prezentacja logotypu IEN-PIB oraz stosu statotlenkowego SOC.
 - reklama wizerunkowa – ekspozycja logotypu IEN-PIB ,
 - reklama w biuletynie reklamowym dot. zasilania hydraulicznego, regulatorów turbin, systemów SCADA.
- Reklama w Internecie:
 - reklama i promocja na stronie internetowej dot. projektu NITROCELL dot. inżynierii materiałowej „Innowacyjne materiały na bazie azotku krzemu”.

Państwowy Instytut Geologiczny – Państwowy Instytut Badawczy (PIG-PIB)

W okresie od 13 grudnia 2023 r. do 7 listopada 2024 PIG-PIB nie realizował typowych kampanii reklamowych. Działania promocyjne i reklamowe, które były realizowane w formie publikacji artykułów sponsorowanych, produkcji animacji i filmów wideo dotyczyły przede wszystkim działalności PIG-PIB w zakresie zadań państwowej służby geologicznej (m.in. badania geologiczne w zakresie rozpoznania złóż kopalin, badania geologiczno-inżynierskie, modelowanie geologiczne 3D, rozpoznanie budowy geologicznej Polski, geozagrożenia).

Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy (IOŚ-PIB)

W działaniach promocyjnych i reklamowych IOŚ-PIB podejmował następujące zagadnienia: zmiany klimatu, adaptacja do zmian klimatu, konsumpcjonizm, strefy czystego transportu, ekodotacje, dekarbonizacja procesów budowlanych, GOZ, innowacyjne technologie środowiskowe, biogaz, biometan.

Szczegółowe informacje zawarte zostały w tabeli stanowiącej Załącznik nr 2 do niniejszego pisma.

Parki Narodowe

MKiŚ nie zlecało Parkom Narodowym jako jednostkom podległym żadnym kampanii promocyjnych i reklamowych.

Parki narodowe w ramach realizowanych działań informacyjno-promocyjnych realizowały własne kampanie informacyjne, których tematyka obejmowała:

- 1) ochronę ścisłą, czynną i krajobrazową;
- 2) działalność edukacyjną realizowaną w Parkach;
- 3) turystykę oraz sposobów udostępniania obszarów Parku dla celów edukacyjnych, naukowych i turystycznych;
- 4) promowanie walorów przyrodniczych Parku jako źródła inspiracji i współpracy;
- 5) zasady zrównoważonego rozwoju i kształtowanie świadomości ekologicznej;
- 6) promowanie efektów rzeczowych zrealizowanych projektów;
- 7) promowanie innowacyjnych technologii pro środowiskowych;
- 8) promowanie wydarzeń edukacyjnych organizowanych przez parki narodowe.

Główny Inspektorat Ochrony Środowiska we wskazanym przedziale czasowym nie zlecał kampanii promocyjnych oraz reklamowych.

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 prenumeraty poszczególnych tytułów.

Wykaz tytułów prasy drukowanej prenumerowanej przez Ministerstwo Klimatu i Środowiska (MKiŚ) od grudnia 2023 roku.

L.p.	Tytuł prasy krajowej - drukowanej	Liczba egzemplarzy
1	Brać Łowiecka	1
2	Do rzeczy	1
3	Dzikie Życie	2
4	Fakt	3
5	Finanse Publiczne	2
6	Gazeta Polska Codziennie	2
7	Gazeta Wyborcza	2
8	Łowiec Polski	1
9	Newsweek	5
10	Nasz Dziennik	1
11	Odpady i Środowisko	1
12	Paliwa Płynne	1
13	Polityka	4
14	Przegląd Komunalny	1
15	Puls Biznesu	1
16	Rzeczpospolita	4
17	Salamndra	1
18	Super Express	1
19	Wodociągi - Kanalizacja	1
20	Tygodnik Powszechny	3
21	Zieleń miejska	4

Zestawienie wydatków poniesionych przez MKiŚ na prenumeratę prasy drukowanej od grudnia 2023 roku.

Miesiąc	Kwota
grudzień 2023 rok	5 777,79 zł
styczeń 2024 rok	4 429,78 zł
luty 2024 rok	3 883,69 zł

marzec 2024 rok	4 218,63 zł
kwiecień 2024 rok	3 755,86 zł
maj 2024 rok	3 638,44 zł
czerwiec 2024 rok	3 651,75 zł
lipiec 2024 rok	3 757,97 zł
sierpień 2024 rok	3 564,99 zł
sierpień 2024 rok	305,77 zł
wrzesień 2024 rok	3 100,25 zł
październik 2024 rok	3 216,74 zł
Razem	43 301,66 zł

Wykaz tytułów prasy elektronicznej prenumerowanej przez MKiŚ od grudnia 2023 roku.

Lp.	TYTUŁ PRASY KRAJOWEJ ELEKTRONICZNEJ	Liczba dostępów
1	Gazeta Wyborcza	8
2	Newsweek	3
3	Nowy Przemysł	2
4	Onet Premium	1
5	Polityka	3
6	Polityka Insight Energy	2
7	Polityka Insight Premium	3
8	Portal ZP.pl	1
9	Przegląd komunalny	3
10	Puls Biznesu	2
11	Rzeczpospolita	6
12	Ubezpieczenia i prawo pracy - Gofin	1
13	Wirtualny Nowy Przemysł - strefa premium	3
14	Wprost	5
15	Wysokie Napięcie Obserwator Legislacji Energetycznej	4
16	Zieleń Miejska	1
TYTUŁ PRASY ZAGRANICZNEJ ELEKTRONICZNEJ		
1	The Economist	5

Zestawienie wydatków poniesionych przez MKiŚ na prenumeratę prasy elektronicznej od grudnia 2023 roku.

Miesiąc	Kwota
grudzień 2023 rok	10 622,79 zł
styczeń 2024 rok	10 622,79 zł
luty 2024 rok	6 727,84 zł
marzec 2024 rok	9 067,84 zł
kwiecień 2024 rok	9 383,72 zł
maj 2024 rok	9 292,05 zł
czerwiec 2024 rok	9 292,05 zł
lipiec 2024 rok	9 356,50 zł
sierpień 2024 rok	9 356,50 zł
wrzesień 2024 rok	9 553,87 zł
październik 2024	8 695,77 zł
Razem	101 971,72 zł

Jednostki Podległe/Nadzorowane

Instytut Nafty i Gazy - Państwowy Instytut Badawczy przedstawił odpowiedź na ww. pytanie w układzie tabelarycznym, który znajduje się w załączniku nr 5.

Instytut Energetyki – Państwowy Instytut Badawczy

Odpowiedź IEN-PIB znajduje się w poniższej tabeli:

Nazwa czasopisma	Liczba egzemplarzy	Kwota brutto w zł
Biuletyn Informacyjny z dodatkiem Serwis Podatkowy – numery 1-36/2024 cały rok	36	406,4
Poradnik VAT numery 1-24/2024 cały rok	24	270,48
Zeszyty Metodyczne Rachunkowości numery 1-24/2024 cały rok	24	269,12
Przegląd Podatku Dochodowego numery 1-24/2024 cały rok	24	267,76
Gazeta Podatkowa numery 1-105/2024 cały rok	105	447,96
Ubezpieczenia i Prawo Pracy numery 1-24/2024 cały rok	24	277,28
Program DRUKI GOFIN (P) – cały rok 2024	1 dostęp	237,00
Program DRUKI GOFIN (S) – cały rok 2024	1 dostęp	168,00
Prenumerata wiadomości elektrotechnicznych numery od 1-12/2024	12	600,00
Aktualności Kadrowe 3 numery, 1 numer specjalny	20	1366,33

Aktualności Księgowe – prenumerata 12 wydań, 4 wydania specjalne	32	1837,72
Prawo pracy w pytaniach i odpowiedziach – prenumerata 6 wydań, 2 numery specjalne	16	1202,24
Ubezpieczenia i Prawo Pracy numery 1-24/2025 cały rok	24	336,80
Przegląd Podatku Dochodowego numery 1-24/2025 cały rok	24	325,61
Zeszyty Metodyczne Rachunkowości numery 1-24/2025 cały rok	24	327,21
Poradnik VAT numery 1-24/2025 cały rok	24	328,82
Biuletyn Informacyjny z dodatkiem Serwis Podatkowy – numery 1-36/2025 cały rok	36	479,56
DRUKI GOFIN – Prenumeratory – cały rok 2025	1 dostęp	249,00
DRUKI GOFIN – Prenumeratory – kolejna licencja – cały rok 2025	1 dostęp	178,00
Wiadomości elektrotechniczne	12	600,00
„INSTAL”	11	594,00
„Energia i recykling”	12	297,00
Gazeta Podatkowa GOFIN	95	749,00
Automatyka Podzespoły	12	156,60
Elektronik	24	313,20
Elektronika Praktyczna	36	591,84
Energetyka	60	1722,60
Linux Magazine	12	468,72
Przegląd Elektrotech. (Sigma)	24	1774,80
Rynek Energii	8	563,76
Wiadomości Elektrotechn (Sigma)	60	2349,00
Energia Gigawat	4	156,60
Pomiary Automatyka Robotyka	12	104,38
Dziennik Gazeta Prawna	252	3036,60
Dziennik Rzeczpospolita	252	2532,60
Dokumentacja Kadrowo-Płacowa	12	918,86
Monitor Zamówień publicznych (prenumerata on-line)	12	1038,57
Gazeta Podatkowa	105	659,00
Instal	11	594,00
Elektronika dla wszystkich	12	215,11
Elektroinfo	12	287,89
Dziennik-Gazeta Prawna	263	3697,46
Rachunkowość	12	611,04
Ciepłownictwo Ogrzewnictwo Wentylacja	12	552,00
Wiadomości elektrotechniczne	13	650,00
Dozór techniczny	7	385,00
Monitor Zamówień Publicznych	7	941,48

łącznie na prenumeraty wydano: 36 542,30 zł brutto.

Państwowy Instytut Geologiczny - Państwowy Instytut Badawczy (PIG-PIB) w 2023 r. prenumerował następujące gazety, czasopisma:

Bezpieczeństwo Pracy I Ochrona Środowiska W Górnictwie, Geodeta, Geografia W Szkole, Gospodarka Wodna, IT Professional, IT w Administracji, Kruszywa, E-Linux Magazine, Sudety, Świat Nauki, Wiedza I Życie, Zamówienia Publiczne, Sudety, Inżynieria Morska I Geotechnika, Gospodarka Wodna, Inżynieria Morska I Geotechnika, Biuletyn Informacyjny + Serwis podatkowy, Zeszyty Metodyczne Rachunkowości, Poradnik VAT, Przegląd Podatku Dochodowego, Ubezpieczenia i Prawo Pracy, Gazeta Podatkowa, dostęp do

"Serwisu Budżetowego", Geotechnical Testing Journal, Journal of Geology, Newsletters on Stratigraphy, Canadian Geotechnical Journal, Geotechnique, Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering, Georisk: Assessment and Management of Risk for Engineered Systems and Geohazards, Quaternary Research, Engineering Geology – łączna kwota przeznaczona ich prenumeratę wynosiła brutto 69 413,78 zł.

W 2024 r. PIG-PIB prenumerował następujące gazety, czasopisma:

Archiwista Polski, Bezpieczeństwo Pracy i Ochrona Środowiska w Górnictwie, Gospodarka Wodna, Inżynieria morska i geotechnika, IT Professional, IT w Administracji, Kruszywa, E-Linux Magazine, Sudety, Świat Nauki, Wiedza i Życie, Przetargi Publiczne, Sudety, Biuletyn Informacyjny + Serwis podatkowy, Zeszyty Metodyczne Rachunkowości, Poradnik VAT, Przegląd Podatku Dochodowego, Ubezpieczenia i Prawo Pracy, Gazeta Podatkowa, dostęp do "Serwisu Budżetowego", Journal of Geology, Newsletters on Stratigraphy, Georisk: Assessment and Management of Risk for Engineered Systems and Geohazards, Quaternary Research, Engineering Geology, Marine Geology – łączna kwota przeznaczona ich prenumeratę wynosi brutto 75 708,14 zł.

Liczba prenumerowanych czasopism oraz kwoty wydane na prenumeratę poszczególnych tytułów zostały zamieszczone w załączniku nr 6.

Główny Inspektorat Ochrony Środowiska.

W celu zmniejszenia kosztów ponoszonych przez GIOŚ z tytułu prenumeraty prasy, od 2024 roku GIOŚ korzysta z prenumeraty elektronicznej wybranych tytułów wskazanych przez departamenty merytoryczne. Poniżej lista prenumerowanych tytułów. Łączny roczny koszt prenumeraty to 16 424,46 zł.

Lista tytułów: Dziennik Gazeta Prawna; Rzeczpospolita; Gazeta Polska Codziennie; Środowisko; Odpady i Środowisko; Energia i Recykling; Wodociągi-Kanalizacja; Przegląd Komunalny; Zamówienia publiczne w praktyce; Do Rzeczy; Serwis Budżetowy; Biuletyn Głównego Księgowego; Poradnik rachunkowości budżetowej; Ubezpieczenia i prawo pracy; Polityka; Onet Premium/Newsweek/Forbes; Wprost; Gazeta Wyborcza; Świat Nauki.

Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy (IOŚ-PIB).

W IOŚ-PIB prenumeruje się:

Polityka Insight Energy – roczny dostęp do serwisu dla 3 osób, poniesione koszty we wskazanym okresie: 9 981,45 zł brutto;

Rzeczpospolita – 1 egzemplarz, poniesione koszty we wskazanym okresie: 3 499,65 zł brutto.

Parki Narodowe

Lp.	Tytuł	Park	Liczba Egz.	Wydatkowana kwota brutto w zł	Łączna kwota przeznaczona na prenumeratę
1.	Chrońmy Przyrodę Ojczystą - kwartalnik	Babiogórski PN	1	84,90	1 287,30

2.	Aura - miesięcznik		1	384,00	
3.	Las Polski - dwutygodnik		1	300,00	
4.	Sylvan - miesięcznik		1	518,40	
5.	Monitor zamówień publicznych - miesięcznik	Białowiecki PN	72	1 038,57	2 408,01
6.	Las Polski - dwutygodnik			288,00	
7.	Przyroda Polska - miesięcznik			78,12	
8.	Sylvan - miesięcznik			518,40	
9.	Monitor Prawa Pracy I Ubezpieczeń - miesięcznik			484,92	
10.	Przetargi publiczne - miesięcznik	Biebrzański PN	12	449,00	1 841,75
11	Wiedza i życie miesięcznik		12	129,00	
12	Las Polski - dwutygodnik		24	576,00	
13	Chrońmy Przyrodę Ojczyzną		4	82,63	
14	Przyroda Polska		12	78,12	
15	Dziki Życie		4	80,00	
16	Acta Ornitologica		4	84,00	
17	Ptaki OTOP		4	148	
18	Ptaki Polski		4	60,00	
19	Notatki Ornitologiczne		4	80,00	
20	Fragmenta Floristica et Geobotanica		1	75,00	
21	Chrońmy Przyrodę Ojczyzną	Bieszczadzki PN	Nie wskazano	60,00	763,00
22	Las Polski		Nie wskazano	288,00	
23	Ptaki Polski		Nie wskazano	60,00	
24	Świat Nauki I Wiedza I Życie		Nie wskazano	259,00	
25	Gazeta Bieszczadzka		Nie wskazano	96,00	
26	Poradnik Rolniczy - tygodnik	PN "Bory Tucholskie"	52	315,00	2 605,00
27	Przetargi publiczne - prenumerata roczna - miesięcznik		12	492,00	

28	wydawnictwa GOFIN (Biuletyn Informacyjny dla Służb Ekonomiczno - Finansowych, Zeszyty Metodyczne Rachunkowości, Poradnik VAT, Przegląd Podatku Dochodowego, Ubezpieczenia i Prawo Pracy		132	1 798,00	
29	Wydra I Przyjaciele. Własny kwartalnik wydawany przez Drawieński Park Narodowy, współfinansowany przez WFOŚIGW w Szczecinie	Drawieński PN	12 000	72 439,74	72 439,74
30	Przyroda Polska	Gorczański PN	12	78,12	78,12
31	wydawnictwa GOFIN (Przetargi Publiczne, Gazeta Prawna, Zamówienia publiczne w praktyce, Prawo pracy w praktyce, Sekocenbud.	PN Gór Stołowych	Nie wskazano	6 638,31	6 638,31
32	Dziennik Gazeta Prawna, InforLEX Księgowość I Kadry Premium	Narwiański PN	1 dostęp zakupiony w 2022 r. na lata 2023-2024	6 823,42	6 823,42
33	Dziennik Wschodni	Poleski PN	1	369,60	6 102,60
34	Dziennik Gazeta Prawna		1 prenumerata roczna	3 141,00	
35	Las Polski		9	2 592,00	
36	Dziennik Wschodni - tygodnik	Roztoczański PN	52	349,00	2 020,66
37	Kronika Tygodnia - tygodnik		52	209,90	
38	Tygodnik Zamojski - tygodnik		52	223,60	
39	Las Polski - tygodnik		52	288,00	
40	Przyroda Polska - tygodnik		52	78,12	
41	Ekologia i My - tygodnik		52	200,04	
42	Świat Nauki - tygodnik		52	169,00	
43	Łowiec Polski - tygodnik		52	195,00	
44	Chrońmy Przyrodę Ojczystą - dwumiesięcznik		6	60,00	
45	Hodowca I Jeździec		4	68,00	
46	Ptaki Polski	4	60,00		

47	Przegląd Przyrodniczy		4	80,00	
48	Salamandra		2	40,00	
49	Chrońmy Przyrodę Ojczystą	Świętokrzyski PN	4	60,00	1 140,00
50	Las Polski		24	288,00	
51	Poradnik VAT		24	792,00	
52	Abi Expert	Tatrzański PN	4	320,00	320,00
53	Ornis Polonica	PN "Ujście Warty"	4	80,00	2 137,00
54	Ptaki Polski		4	60,00	
55	Biuletyn Informacyjny z dodatkiem Serwis Podatkowy		36	399,28	
56	Poradnik VAT		24	273,75	
57	Zeszyty Metodyczne Rachunkowości		24	272,42	
58	Przegląd Podatku Dochodowego		24	271,08	
59	Gazeta Podatkowa		104	500,04	
60	Ubezpieczenia i Prawo Pracy		24	280,43	
61	Las Polski	Wielkopolski PN	144	1 600,00	4 077,19
62	Wynagrodzenie w Twojej Firmie		32	1 701,60	
63	Przegląd Rybacki		6	166,67	
64	Komunikaty Rybackie		6	105,56	
65	Dokumentacja kadrowo -płacowa		8	425,40	
66	Chrońmy Przyrodę Ojczystą		4	77,96	
67	Las Polski	Wigierski PN	4	1 152,00	2 951,12
68	Dziki Życie		1	80,00	
69	Przyroda Polska		1	78,12	
70	Wiadomości Wędkarskie		1	144,00	
71	Serwis Głównego Księgowego (wydanie elektroniczne)		1	1 497,00	
72	Chrońmy Przyrodę Ojczystą	Pieniński PN	1	82,63	5 447,28

73	Internetowy Serwis Głównego Księgowego		1	1 497,00	
74	Las Polski		1	288,00	
75	Przegląd Przyrodniczy		1	80,00	
76	Rzeczpospolita		1	3 499,65	
77	Prenumerata GOFIN - Biuletyn Inform. z dodatkiem Serwis Podatkowy; Poradnik VAT; Zeszyty Metodyczne Rachunkowości; Przegląd Podatku Dochodowego; Ubezpieczenia i Prawo Pracy;	Słowiński PN	2	3 553,00	7 173,17
78	Chrońmy Przyrodę Ojczystą		1	60,00	5447,34
79	Głos Pomorza		1	726,00	
80	WKI		1	324,00	
81	Komunikaty Rybackie		1	114,00	
82	Przegląd Przyrodniczy		1	80,00	
83	Magazynu Przyrodniczego-Salamandra		1	40,00	
84	System Informacji Prawnej		2	1 827,17	
85	Przetargi Publiczne		1	449,00	

Pozostałe Parki Narodowe nie wskazane w zestawieniu nie prenumerowały żadnych tytułów prasowych, czasopism ani periodyków.

Generalna Dyrekcja Ochrony Środowiska (GDOŚ)

GDOŚ – „Chronimy Przyrodę Ojczystą”, „Ornis Polonica”, „Zieleń Miejska”, „IT PROFESSIONAL”, „Dziennik Gazeta Prawna Premium”, „Rzeczpospolita”, „Zamówienia Publiczne”, „Doradca”, „Przetargi Publiczne”, „Zeszyty Naukowe Sądownictwa Administracyjnego”, „Orzecznictwo Naczelnego Sądu Administracyjnego i Wojewódzkich Sądów Administracyjnych” – kwota 7 994,74 zł brutto.

Regionalne Dyrekcje Ochrony Środowiska (RDOŚ)

RDOŚ w Białymstoku - dostęp do prenumeraty „Dziennik Gazeta Prawna Premium” – wydanie cyfrowe (jedno stanowisko):

- dostęp od 2023-01-01 do 2023-12-31 - kwota: 1 818,70 zł brutto
- dostęp od 2024-01-01 do 2024-12-31 kwota: 1990,00 zł brutto

RDOŚ w Lublinie – „Rachunkowość Budżetowa”, „Dziennik Gazeta Prawna” (wersja premium), „Przegląd Komunalny – wartość brutto”, „IT w Administracji” – kwota 6 001,12 zł

RDOŚ w Kielcach – „Środowisko”, „Monitor Zamówień”, „Przetargi Publiczne”, „Gazeta Podatkowa”, „Dziennik Gazeta Prawna” – kwota 5 528,84 zł

RDOŚ w Opolu - „Przetargi Publiczne” na rok 2024 – dostęp elektroniczny – kwota 369 zł brutto.

RDOŚ w Łodzi – „Przyroda Polska” (dostęp elektroniczny) – kwota 78,12 zł brutto.
- roczny dostęp do portalu Inforlex Księgowość i Kadry oraz Administracja w którym oprócz artykułów, książek i komentarzy do przepisów prawa dostępne są czasopisma m.in. „Dziennik Gazeta Prawna”, „Poradniki Gazety Prawnej”, „Biuletyn Głównego Księgowego”, „Monitor Księgowego”, „Monitor Prawa Pracy i Ubezpieczeń”, „Gazeta Samorządu i Administracji”, „Rachunkowość Budżetowa” oraz „Poradniki Rachunkowości Budżetowej”, „Kadry i Płace w Sferze Budżetowej” - kwota: 3 423,22 zł brutto.

RDOŚ w Bydgoszczy – „Gazeta Prawna”, „Biuletyn Informacyjny” z dodatkiem „Serwis Podatkowy”, „Zeszyty Metodyczne Rachunkowości”, „Poradnik VAT”, „Przegląd Podatku dochodowego”, „Ubezpieczenia i Prawo Pracy”, kwota 3 380,69 zł.

RDOŚ w Szczecinie - „Gazeta Wyborcza”, kwota 180 zł brutto.

RDOŚ w Rzeszowie - prenumerata prasy w okresie 1.01.2023 r. do 31.12.2023 r. Tytuły: „Chrońmy przyrodę ojczystą”, „Gazeta Prawna” (wersja premium), „Nowiny”, „Przegląd komunalny”, „Monitor Zamówień Publicznych”, „Gospodarka wodna”, „Przyroda polska”, „Poradnik rachunkowości budżetowej”, „Ubezpieczenia i Prawo Pracy” - kwota 5 255,03 zł.
Prenumerata prasy w okresie 1.01.2024 r. do 31.12.2024 r. Tytuły: „Chrońmy przyrodę ojczystą”, „Gazeta Prawna” (wersja premium), „Nowiny”, „Przegląd komunalny”, „Monitor Zamówień Publicznych”, „Gospodarka wodna”, „Przyroda polska”, „Poradnik rachunkowości budżetowej”, „Ubezpieczenia i Prawo Pracy” - kwota 6 693,34 zł.

RDOŚ w Warszawie – „Aura, „Chrońmy przyrodę ojczystą”, „Przyroda polska”, „Rachunkowość budżetowa”, „Poradnik rachunkowości budżetowej”, „Kadry i płace w administracji”, „Press”, „Zamówienia publiczne doradca”, „IT w administracji”, „Przetargi publiczne”, „Radca prawny w administracji”, „Gazeta wyborcza” e-wydanie w formacie PDF, „Vademecum zamówień publicznych”, „Zamówienia publiczne w pytaniach i odpowiedziach” – kwota 9 350,60 zł.

Biuro Urządzania Lasu i Geodezji Leśnej

Biuro Urządzania Lasu i Geodezji Leśnej poniosło wydatki na prenumeratę według poniższego zestawienia:

Lp.	Tytuł	Liczba egzemplarzy	Kwota [zł]
1	GOFIN	6	8700,19
2	Dziennik Gazeta Prawna + INFORLEX	2	7944,73
3	Brać Łowiecka	1	822,22
4	Las Polski	4	2853,79
5	Gazeta Wyborcza	1	554,63
6	Dziki Życie	1	74,07

7	Gazeta Podatkowa	2	2258,38
8	Przegląd Geodezyjny	2	745,27
9	Prenumerata „Laboratorium” na 2025 r.	1	228,09
10	Subskrypcja serwisu „Laboratorium”	1	284,55
11	Ubezpieczenia i Prawo Pracy na 2025 r.	1	259,66
12	Przegląd Podatku Dochodowego na 2025 r.	1	251,00
13	Zeszyt Metodyczne Rachunkowości na 2025 r.	1	252,24
14	Poradnik VAT na 2025 r.	1	253,47
15	Biuletyn Informacyjny z dodatkiem Serwis Podatkowy na 2025 r.	1	369,70
16	Druki Gofin cały rok 2025 r.	1	347,16
17	Gazeta Olsztyńska	1	703,71
18	Rzeczpospolita	1	3518,17
19	Przegląd Techniczny	1	355,56
20	BHP w firmie – prenumerata roczna	1	1448,80
21	Zeszyty Ubezpieczeń Społecznych – prenumerata roczna	1	729,20
22	Dokumentacja kadrowo-płacowa – prenumerata roczna	1	850,80
23	Biuletyn Informacyjny (Poradnik VAT, Zeszyty Metodyczne Rachunkowości, Przegląd Podatku Dochodowego, Gazeta Podatkowa, Ubezpieczenia i Prawo Pracy)	1	1988,06
24	Doradca kadrowego 2024 - prenumerata	1	1053,60
25	Prawo Nieruchomości 24.pl	1	954,00
26	Gazeta Podatkowa	1	1795,38
	Serwis Podatkowy		
	Rachunkowość		
	Przegląd Podatku Dochodowego		
27	Serwis Głównego Księgowego	1	1497,00

	Razem		36847,05
--	-------	--	----------

Instytut Badawczy Leśnictwa od 13 grudnia 2023 r. prenumerował 12 czasopism polskich i 2 zagraniczne (Aura, Brać Łowiecka, Chrońmy Przyrodę Ojczystą, Drwal, Forest Science, Gospodarka Wodna, Journal of Forest Science, Las Polski, Gazeta Leśna, Przegląd Biblioteczny, Zagadnienia Informacji Naukowej, Przegląd Przyrodniczy, Przemysł Drzewny, Przyroda Polska, Środowisko), łączny wydatek, który poniósł z tego tytułu, to 3028,72 zł.

Centrum Informacyjne Lasów Państwowych nie zamawiało prenumerat tytułów prasowych, czasopism i periodyków.

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.**

MKiŚ nie współpracowało z klubami sportowymi, nie organizowało wydarzeń masowych oraz nie współpracowało z innymi organizacjami.

Jednostki Podległe/Nadzorowane

Parki Narodowe

Dyrektor Narwiańskiego Parku Narodowego współpracował z Ośrodkiem Kultury Fizycznej w Łapach w ramach XIV Narwiańskiego Triathlonu Bagiennego. Kwota przeznaczona na realizację zadania - 10 000 zł brutto (środki pozyskano w ramach umowy z Województwem Podlaskim na promocję Województwa Podlaskiego podczas triathlonu) w ramach realizacji zadania powstało nagranie promujące to wydarzenie. Dodatkowo zrealizowano także kolejną Umowę we współpracy z Województwem Podlaskim na promocję województwa podlaskiego w ramach XXIV Biesiady Miodowej. Kwota przeznaczona na realizację przedsięwzięcia to 10 000 zł brutto.

Pozostali Dyrektorzy Parków Narodowych jako jednostek podległych i nadzorowanych MKiŚ nie współpracowali oraz nie zawierali umów z klubami sportowymi, nie organizowali wydarzeń masowych oraz nie współpracowali z innymi organizacjami.

Centralny Azyl dla Zwierząt (CAZ) w ramach działań promocyjnych wydatkował kwotę 2789,64 zł (słownie: dwa tysiące siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych 64/100) na zakup pamięci przenośnych USB 16GB z logiem jednostki w liczbie 100 szt. od Flashbay Electronics Europe Limited z siedzibą w Dublinie.

Instytut Nafty i Gazy - Państwowy Instytut Badawczy przedstawił odpowiedź na ww. pytanie w układzie tabelarycznym, która znajduje się w załączniku nr 1.

Instytut Energetyki – Państwowy Instytut Badawczy był organizatorem konferencji: „Elektromobilność i paliwa alternatywne w Polsce do 2030 roku z perspektywy rynkowej i regulacyjnej” .

Ponadto Instytut objął patronatem merytorycznym konferencje oraz kongresy wskazane poniżej:

Nazwa wydarzenia	Nazwa podmiotu	Rodzaj działań	Kwota brutto w PLN
PCHET - Polish Conference for Hydrogen Energy and Technologies	Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza, Cluster of Hydrogen Technologies	Konferencja/ współorganizator	0,00
XXVI Ogólnopolska Konferencja 2024 „Zabezpieczenia Przekaznikowe w Energetyce”	Komitet Automatyki Elektroenergetycznej Stowarzyszenie Elektryków Polskich (SEP)	Konferencja/ współorganizator	0,00
XXVI Sympozjum Naukowo-Techniczne Energetyka Bełchatów 2024	Kierunek Energetyka	Konferencja/ patronat merytoryczny	0,00
XXI Międzynarodowa Konferencja i Wystawa Nafta i Gaz 2024	Zarząd Targów Warszawskich S.A.	Konferencja/ patronat merytoryczny	0,00
IV Kongres Elektryki Polskiej (KEP)	Stowarzyszenie Elektryków Polskich (SEP)	Kongres/ patronat merytoryczny	0,00
XVII konferencja naukowo-techniczna pt. "Nowoczesne ogrzewnictwo – Transformacja paliwowa"	Instytut Technologii Paliw i Energii, Świat Kominków, Kominki.org, KOMINKI PRO	Konferencja/ współorganizator	0,00
Studia podyplomowe „Polityka klimatyczna i zarządzanie ochroną środowiska oraz transformacją energetyczną w wymiarze lokalnym”	Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski	Studia/ patronat merytoryczny	0,00
Konferencja i prezentacja raportu pn. „Elektromobilność i paliwa alternatywne w Polsce do 2030 roku z perspektywy rynkowej i regulacyjnej	Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski	Konferencja organizator, w tym wydatki na: - druk raportu "Elektromobilność i Paliwa Alternatywne w Polsce do 2023 r. w persp. rynkowej i regulacyjnej - konsultację IT strony dot. Konferencji - obsługę medyczna konferencji - realizację tv konferencji "Elektromobilność i Paliwa Alternatywne w Polsce do 2023 r. w persp. rynkowej i regulacyjnej" - smycze z i raportów na konferencję - promocja Konferencji "Elektromobilność i Paliwa Alternatywne w Polsce do 2023 r. w persp. rynkowej i regulacyjnej " nadrukiem z logo IEN -PIB - usługę cateringową	55 133,63

		- usługę gastronomiczną - wydruk identyfikatorów.	
--	--	--	--

Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy (IOŚ-PIB)

W czerwcu 2024 r. IOŚ-PIB wziął udział w Pikniku Naukowym Polskiego Radia i Centrum nauki Kopernik. Instytut zrealizował stoisko edukacyjne, a na nim m.in. warsztaty kreatywne, których celem było zwrócenie uwagi na degradację środowiska naturalnego (m.in. mikroplastikiem). Uczestnicy poza możliwością zapoznania się z materiałami edukacyjnymi mogli sami stworzyć filtr do wody z dostępnych dla każdego materiałów, zobaczyć jak przenika mikroplastik, dlaczego kwitnie woda i co temu sprzyja, wykonać kokedamę a także napisać list do Ziemi lub przyszłych pokoleń. Udział w Pikniku był bezpłatny, natomiast koszty związane z realizacją stoiska i działaniami edukacyjnymi wyniosły 60 849,20 zł brutto.

Centrum Informacyjne Lasów Państwowych

Wydatki związane z działaniami promocyjnymi i informacyjnymi, które zrealizowano we wskazanym okresie w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi oraz innymi organizacjami wskazano w załączonej tabeli xls, arkusz DP i DO-DP ([Załącznik nr 7](#)) oraz w tabeli xls ([Załącznik nr 4](#)).

Państwowy Instytut Geologiczny - Państwowy Instytut Badawczy (PIG-PIB) oraz Główny Inspektorat Ochrony Środowiska (GIOŚ) nie prowadziły działań promocyjnych i informacyjnych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami, o których mowa w pytaniu.

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

Działania informacyjne i promocyjne MKiŚ jako IP oraz dwóch Instytucji Wdrażających, w tym planowane kwoty są realizowane w oparciu o Roczne plany działań informacyjnych i promocyjnych na dany rok z zakresu FEnIKS oraz FEPW. Plany te podlegają aktualizacji (jednej bądź dwóm w danym roku, w zależności np. od rozstrzygnięcia postępowań o udzielenie zamówień publicznych). Zawierają katalog działań akceptowanych przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej pełniące funkcję Instytucji Koordynującej Umowę Partnerstwa.

Roczne plany działań informacyjnych i promocyjnych na dany rok oraz ich aktualizacje w ramach Funduszy Europejskich na Infrastrukturę Klimat, Środowisko (FEnIKS) oraz Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (FEPW):

FEnIKS pierwotnie: 311 880,00 zł

FEnIKS aktualizacja: 319 258,00 zł (faktyczne wydatkowanie będzie nieznacznie mniejsze).

FEPW pierwotnie: 75 940,00 zł

FEPW aktualizacja: 43 770,00 zł

W związku z zakończeniem w grudniu 2023 roku realizacji Projektu POIS.02.04.00.00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki”, MKiŚ nie zabezpieczał środków na ten cel w 2024 r.

W ramach prac związanych z powołaniem nowego parku narodowego w Dolinie Dolnej Odry, w MKiŚ zabezpieczono w 2024 r. kwotę w wysokości 30 000 zł brutto na wydruk materiałów promocyjnych.

Ponadto, z uwagi na dodatkowe zapotrzebowanie na dodruk gry planszowej „Odkrywca Parków Narodowych” (jako materiału promującego ideę Polskich Parków Narodowych i obszarów chronionych) na potrzeby MKiŚ zabezpieczono środki w wysokości 150 000 zł brutto.

Jednostki Podległe/Nadzorowane

NFOŚiGW/ Instytut Nafty i Gazu – Państwowy Instytut Badawczy

Roczne plany działań informacyjnych i promocyjnych na dany rok oraz ich aktualizacje w ramach Funduszy Europejskich na Infrastrukturę Klimat, Środowisko (FEnIKS) oraz Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (FEPW):

FEnIKS pierwotnie: 640 100,00 zł

FEnIKS zmniejszono: 506 892,86 zł

FEPW pierwotnie: 217 100,00 zł

FEPW zmniejszono: 172 723,79 zł

Instytut Nafty i Gazu – Państwowy Instytut Badawczy

FEnIKS pierwotnie: 60 000,00 zł

FEnIKS aktualizacja: 69 000,00 zł

INiG-PIB w okresie od 13 grudnia 2023 r. do chwili obecnej przeznaczył na Promocję i reklamę na ww. cele kwotę 118.412,40 zł brutto.

Przewidywano, że wydatki na cele promocyjne i reklamowe w 2024 roku wyniosą ok. 100.000 zł. Na 2025 rok planowane jest zwiększenie wydatków do kwoty 130.000 zł.

Instytut Energetyki – Państwowy Instytut Badawczy

Wydatki IEN – PIB na cele reklamowe i promocyjne od 13 grudnia 2023 r. do chwili obecnej wyniosły 268 220,00 zł (obejmują one gadżety z logo IEN-PIB, ulotki reklamowe, banery reklamowe, gadżety na Konferencje i targi ENERGETAB 2024 w Bielsku Białej oraz targi ENERGETICS 2024 w Lublinie, również wynajem i aranżację stoiska IEN-PIB na targach).

W przyszłości nie przewiduje się zwiększenia budżetu na działania promocyjne i reklamowe IEN-PIB z zaznaczeniem, że ew. zwiększenie może nastąpić w przypadku istotnej zmiany liczby organizowanych wydarzeń lub istotnemu zwiększeniu uczestnictwa IEN-PIB w wydarzeniach branżowych.

Państwowy Instytut Geologiczny - Państwowy Instytut Badawczy (PIG-PIB)

Przedstawione działania i kwoty zostały uwzględnione w planach wydatków na cele promocyjne i reklamowe, zawarte w odp. na pyt nr 1 i 2. Nie jest konieczna korekta zwiększenia lub zmniejszenia budżetu na działania promocyjne.

Główny Inspektorat Ochrony Środowiska wszystkie wydatki w tym zakresie realizowane są ze środków GIOŚ i wynoszą w skali roku ok. 100 tys. zł.

Instytut Ochrony Środowiska-Państwowy Instytut Badawczy (IOŚ-PIB)

Działanie reklamowe i promocyjne służą Instytutowi do realizacji zadań związanych z edukacją ekologiczną i podnoszeniem świadomości ekologicznej społeczeństwa. Działania te w przeważającej większości realizowane są za pośrednictwem projektów dofinansowanych ze środków krajowych lub unijnych. Wydatki planowane są w skali projektów (często kilkuletnich) w podziale na przedmiot zamówienia/rodzaj działania, a nie w skali jednego roku. Termin realizacja poszczególnych zadań w projektach często ulega zmianie i konieczne są przesunięcia, a planowane wydatki przesuwane są na kolejny okres rozliczeniowy. Z zebranych szacunków wynika, że w ramach projektów w 2024 r. planowano wydatki na działania reklamowe i promocyjne w wysokości ok. 1 mln zł brutto.

Parki Narodowe.²

Babiogórski Park Narodowy - w planie wydatków z dotacji budżetowej na cele promocyjne i reklamowe w planie „Promocja” w roku 2024 została wskazana kwota 0,00 zł, a w planie wydatków środków własnych na cele promocyjne i reklamowe w planie „Promocja” w roku 2024 została wskazana kwota 7 000,00 zł. Na dzień pozyskania informacji nie było przewidywane podniesienia kosztów. Kwota w planie zostanie zmniejszona do faktycznego wykorzystania środków (na dzień 30.X.2024 kwota wynosi 180,12 zł).

Biebrzański Park Narodowy w 2024 roku na działanie o charakterze promocyjnym pn. Biebrzański Bieg Łosia wydatkowano 1 100 zł.

Bieszczadzki Park Narodowy na działania informacyjno-promocyjne w 2024 roku przeznaczył kwotę w wysokości 30 000 zł. Kwota ta była wydatkowana w ramach projektu dofinansowanego z Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie.

Drawieński Park Narodowy w 2024 r do ustawy budżetowej w kategorii reprezentacja – promocja parku zgłosił kwotę w wysokości 51 000 zł. Nie wykazano planu zwiększenia kwoty.

Park Narodowy Gór Stołowych zaplanował łączne wydatki na działalność promocyjno-informacyjną w kwocie 174 000,00 zł. Planowana kwota obejmuje wydatki na reklamę w prasie i mediach w wysokości 30 000,00 zł oraz pozostałą działalność promocyjną (koszty bezpłatnego rozdawnictwa materiałów promocyjnych i edukacyjnych parku) w wysokości 144 000,00 zł. Park Narodowy Gór Stołowych nie planował zwiększenia tych wydatków do końca 2024 roku.

² Stan na 20.11.2024 r., dzień otrzymania informacji

Narwiański Park Narodowy na 2024 r. zaplanował w planie finansowym jednostki kwotę 7 000 zł, która została przeznaczona na prenumeratę „Dziennik Gazeta Prawna, InforLEX Księgowość i Kadry Premium” (wydanie elektroniczne). Park nie planował zwiększenia tych wydatków do końca 2024 roku.

Roztoczański Park Narodowy na 2024 r. zaplanował w planie finansowym jednostki kwotę w wysokości 10 000 zł brutto, która w całości została wydatkowana na cele promocyjno-informacyjne związane z jubileuszem 50-lecia powołania Parku. Kwota została wydatkowana w całości, w związku z czym Park nie planował zwiększenia bądź zmniejszenia wydatków do końca 2024 roku.

Świętokrzyski Park Narodowy planował wydatki w 2024 r. na działania informacyjno-promocyjne, związane z realizacją projektu Nr FEPW.02.03-IW.01.0001/2023 pn. „Budowa Centrum Edukacyjnego Świętokrzyskiego Parku Narodowego wraz z ekspozycją przyrodniczą” dofinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej 2021 – 2027. W ramach realizacji wskazanego Projektu poniesiono następujące koszty: tablice informacyjne – 2 950,00 zł, konferencja prasowa 3 200,00 zł brutto; wykonanie usług fotograficznych i filmowych – 2 589,00 zł, opracowanie logotypu CE ŚPN – 19 987,50 zł. Wszystkie zadania były realizowane zgodnie z harmonogramem rzeczowo – finansowym Projektu oraz opisem projektu i umową o dofinansowanie. Park nie planował zwiększenia bądź zmniejszenia wydatków do końca 2024 roku.

Tatrzański Park Narodowy zaplanował na 2024 r. na działania informacyjno-promocyjne kwotę w wysokości 307 200,00 zł. Nie istnieje plan zwiększenia lub zmniejszenia wydatków na cele promocyjne i reklamowe na 2024 r.

Park Narodowy „Ujście Warty” na działania informacyjno-promocyjne w latach 2024 – 2025 przeznaczył kwotę w wysokości 63 100 zł. Kwota planowana jest do zwiększenia ale dopiero w 2025 roku.

Wigierski Park Narodowy - na 2024 r. w planie finansowym uwzględniona jest kwota w wysokości 3 000 zł brutto przeznaczona na opłatę prenumerat. Nie planuje się zwiększenia ani zmniejszenia budżetu.

Woliński Park Narodowy - Przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 wynosiły 3500 zł brutto. Nie ma planu zwiększenia budżetu na działania promocyjne.

Pozostałe Parki Narodowe nie wskazane w zestawieniu nie zaplanowały żadnych środków na działania promocyjne i reklamowe na 2024 r., tak więc nie wykazywały w planach ich zwiększenia bądź zmniejszenia.

Generalna Dyrekcja Ochrony Środowiska na cele promocyjne i reklamowe założyła kwotę ok. 120 000 zł netto. Nie przewidywano zmian w planie. Nie została wydana kwota 20 000 zł netto pierwotnie przeznaczona na artykuły sponsorowane.

Centralny Azyl dla Zwierząt

Wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 wynosiły 4000 zł. Nie planowano zmian tej kwoty.

Centrum Informacyjne Lasów Państwowych wydatki planowane na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 zostały określone w Załączniku 5a do Zarządzenia nr 15/2023 Dyrektora Centrum Informacyjnego Lasów Państwowych z dnia 2 listopada 2023 r. w

sprawie wprowadzenia prowizorium planu finansowo-gospodarczego na rok 2024 w Centrum Informacyjnym Lasów Państwowych ZA.0301.5.2023 | ZO.0210.35.2023 (Załącznik nr 8)

Zbiorcze odpowiedzi w zakresie pytań zawartych w interpelacji uzyskane od szkół leśnych nadzorowanych przez Ministra Klimatu i Środowiska.

Zespół Szkół Leśnych w Goraju nie dokonywał wydatków na reklamę w mediach tradycyjnych i cyfrowych, nie zawierał żadnych umów z agencjami reklamowymi oraz nie uczestniczył w kampaniach promocyjnych i reklamowych zlecanych przez Ministerstwo Klimatu i Środowiska. Poza tym, szkoła nie podejmowała działań promocyjnych i informacyjnych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi oraz innymi organizacjami. Zespół Szkół Leśnych w Goraju w 2024 roku nie przewiduje wydatków na cele promocyjne i reklamowe, poniósł natomiast koszty zakupu prasy i literatury fachowej w wysokości 5494,88 zł, z czego:

- 1255,76 zł na aktualizacje Kodeksu Pracy i Kodeksu Oświatowego – Business Management
- 2348,00 zł na Rachunkowość budżetową – Infor
- 110,00 zł na Rachunkowość w Oświacie – Vulcan
- 40,00 zł na Salamandrę – PTOP (1 sztuka)
- 294,00 zł na Bibliotekę w szkole – Wydawnictwo Sukurs (1 sztuka)
- 78,12 zł na Przyrodę Polską – ZG LOP (1 sztuka)
- 816,00 zł na Las Polski (2 sztuki) oraz Drwal (2 sztuki) – obydwie tytuły z Oficyny Wydawniczej OIKOS
- 195,00 zł na Łowca Polskiego – PZŁ Zarząd Główny (1 sztuka)
- 259,00 zł na Wiedzę i Życie oraz Świat Nauki (sklep.POLITYKA.pl)
- 99,00 zł na Politykę cyfrową (sklep.POLITYKA.pl).

Technikum Leśne w Miliczu poniosło koszt wpisu do publikacji internetowej 2024 w wysokości 738 zł oraz płyty z logiem nazwy szkoły i jej montażu w wysokości 520 zł. Poza tym, szkoła nie zawierała żadnych umów z agencjami reklamowymi, nie przeprowadzała kampanii promocyjnych i reklamowych oraz nie współpracowała z klubami sportowymi w ramach działań promocyjnych i informacyjnych na rzecz szkoły. Placówka nie przewiduje także dodatkowych wydatków na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024. Technikum Leśne w Miliczu prenumeruje następujące tytuły czasopism:

- Biblioteka w szkole (miesięcznik, 12 sztuk) – wydatek poniesiony przed 13.12.2023 r.
- Charaktery (miesięcznik, 12 sztuk) – wydatek poniesiony przed 13.12.2023 r.
- Brać Łowiecka (miesięcznik, 12 sztuk) – wydatek poniesiony przed 13.12.2023 r.
- Pszczelarstwo (miesięcznik, 12 sztuk) – wydatek poniesiony przed 13.12.2023 r.
- Wiedza i Życie (miesięcznik, 1 sztuka) – kwota 39 zł
- Głos Lasu (miesięcznik – 12 sztuk) – sfinansowany przez Nadleśnictwo Milicz
- Echa Leśne (kwartalnik – 4 sztuki) – sfinansowane przez Nadleśnictwo Milicz.

Zespół Szkół Leśnych w Rogozińcu nie poniósł wydatków na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych od dnia 13 grudnia 2023 r., a także nie zawarł w tym okresie umów z agencjami reklamowymi. Szkoła prenumeruje następujące tytuły prasowe, czasopisma i periodyki (biorąc pod uwagę czas od 13 grudnia 2023 r.):

Lp.	Adresat	Przedmiot	Kwota
1	Oficyna Wydawnicza Oikos Sp. z o.o.	„Las Polski” (1 szt./miesiąc)	300 zł/rok
2	Lasmedia Sp. Z o.o.	„Gazeta Leśna” (1 szt./miesiąc)	143 zł/rok
3	Forum Media Polska Sp. Z o.o.	„Głos Pedagogiczny” (1 szt/miesiąc)	540,38 zł/rok
4	Vulcan Sp. Z o.o.	„Doradca” (1 szt/miesiąc)	209 zł/rok

Ponadto, Zespół Szkół Leśnych w Rogozińcu nie prowadził działań promocyjnych i informacyjnych realizowanych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami. Przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 to 4000 zł. W szkole nie istnieje plan zwiększenia lub zmniejszenia budżetu na działania promocyjne.

Zespół Szkół Leśnych w Biłgoraju przedstawił następujące kwoty wydatkowane na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych od dnia 13 grudnia 2023 r.:

Lp.	Adresat	Przedmiot	Kwota
1	PKI SC	Wpis do publikacji internetowej 2024	615,00 zł
2	FHU ALFAMEDIA Anna Bielica	Informator Oświatowy na rok szkolny 2024/2025	1175,01 zł
3	Grupa Wydawnicza Słowo Sp. z o.o.	Reklama modułowa w Kronice Tygodnia	615,00 zł
4	Wydawnictwo Zamojskie Sp. z o.o.	Ogłoszenie ramkowe o naborze do TL	676,50 zł
5	PKF Polski Katalog Firm Sp. z o.o.	Wpis z logo wyszukiwarka urzędowa	492,00 zł

Szkoła w czasie, którego dotyczy interpelacja, nie zawarła umów z agencjami reklamowymi, jak również nie prowadziła działań promocyjnych i informacyjnych realizowanych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami. Prenumerowane przez Zespół Szkół Leśnych w Biłgoraju tytuły prasowe, czasopisma i periodyki od dnia 13 grudnia 2023 r. ujęte są w poniższej tabeli:

Lp.	Adresat	Przedmiot	Kwota
1	Oficyna Wydawnicza Oikos Sp. z o.o	„Las Polski” (2 prenumeraty roczne)	576,00 zł
2	Wydawnictwo Sukurs Wasilewski sp. j.	„Biblioteka w szkole” (1 prenumerata roczna)	314,00 zł

3	Wydawnictwo Czasopism i Książek Technicznych SIGMA-NOT Sp. z o.o.	„AURA” (1 prenumerata roczna	106,50 zł
---	---	------------------------------	-----------

Przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na 2024 r. to kwota 5000,00 zł. W Zespole Szkół Leśnych w Biłgoraju nie istnieje plan zwiększenia lub zmniejszenia budżetu na działania promocyjne w 2024 r.

Zespół Szkół Leśnych i Ekonomicznych w Brynku wydał ogółem 2797 zł na promocję szkoły na portalach internetowych, wśród których można wyróżnić:

- PKI S.C Dawid Majewicz, Jakub Piotrowicz – Poznań – 492 zł
- PKF Polski Katalog Firm – Poznań – 1845 zł
- Informatory szkolne, Wydawnictwo Krzysztof Boguszewski – Ruda Śląska – 460 zł.

Szkoła nie zawierała umów z agencjami reklamowymi w okresie będącym przedmiotem interpelacji. W kampaniach medialnych obecny był jeden temat przewodni – promocja placówki szkolnej. Zespół Szkół Leśnych i Ekonomicznych w Brynku przekazał, że nie prenumerował tytułów prasowych, czasopism ani periodyków, a także nie realizował działań promocyjnych i informacyjnych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami. Przewidywane wydatki na cele promocyjne w roku 2024 to 2801,21 zł.

Zespół Szkół Leśnych w Lesku nie poniósł żadnych wydatków na cele reklamowe w mediach tradycyjnych i cyfrowych, a także nie zawarła umów z agencjami reklamowymi w okresie od dnia 13 grudnia 2023 r. do chwili obecnej. Placówka nie poniosła kosztów związanych

z prenumeratą czasopism i periodyków. Nie podejmowano w niej żadnych działań promocyjnych i informacyjnych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami. Zespół Szkół Leśnych w Lesku nie posiadał ponadto specjalnych środków finansowych z przeznaczeniem na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024.

Technikum Leśne w Białowieży nie ponosiło kosztów na działania promocyjne, reklamowe i informacyjne, z wyjątkiem zakupu od P.P.H.U. Janusz Ciosek Wielka Reklama tarczy z napisem „Najlepsze technika PERSPEKTYWY Złota szkoła 2024”, której cena wyniosła 430,50 zł. Działania informacyjne są prowadzone na stronie internetowej szkoły: tl.bialowieza.pl.

W ww. okresie placówka wydała następujące kwoty na czasopisma do czytelnicy szkolnej:

Lp.	Nazwa czasopisma	Liczba sztuk	Wydawca	Data zakupu	Kwota [zł]
1	Biologia w szkole	1	Forum Media Polska sp. z o.o., Poznań, ul. Polska13	27-12-2023	562,91
2	Polonistyka	1	Forum Media Polska sp. z o.o., Poznań, ul. Polska 13	27-12-2023	562,91
3	Przyroda Polska	1	Liga Ochrony Przyrody, Warszawa, ul. Tamka 37/2	27-12-2023	78,12
4	Brać łowiecka	1	Oficyna Wydawnicza Oikos sp. z o.o, Warszawa, ul. Kaliska 1/7	15-12-2023	198,00
5	Las Polski	1	Oficyna Wydawnicza Oikos sp. z o.o, Warszawa, ul. Kaliska 1/7	15-12-2023	288,00

6	Mówią wieki	1	Oficyna Wydawnicza „Mówią wieki” sp. z o.o., Warszawa, ul. Ogrodowa 37/55	13-12-2023	118,00
7	Biblioteka w szkole	1	Wydawnictwo Sukurs Wasilewski sp. j., Warszawa, ul. Gen. Zajęcza 9A/C1	05-11-2024	314,00
8	AURA	1	Wydawnictwo Czasopism i Książek Technicznych SIGMA-NOT sp. z o.o., Warszawa, ul. Ratuszowa 11	23-10-2024	426,00

Zespół Szkół Leśnych w Zagnańsku nie ponosił wydatków na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych, ani nie zawierał żadnych umów z agencjami reklamowymi. Szkoła prenumerowała następujące czasopisma:

Lp.	Tytuł	Liczba egzemplarzy	Koszt [zł]
1	Rachunkowość budżetowa	12	1124,10
2	Biblioteka w szkole	12	294,00
3	Brać Łowiecka	12	198,00
4	Drwal	6	60,00
5	Las Polski	24	288,00
6	Deutsch Aktuell	6	107,90
7	Łowiec Polski	12	195,00
8	Dziennik Gazeta Prawna	dostęp roczny online	1752,00
Razem			4019,00

Zespół Szkół Leśnych w Zagnańsku nie realizował działań promocyjnych i informacyjnych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami. Ponadto, plan finansowy szkoły na rok 2024 nie uwzględnia wydatków budżetowych na cele promocyjne i reklamowe.

Technikum Leśne w Warcinie poinformowało, że jedynymi wydatkami szkoły, wśród wymienionych w przedmiotowej interpelacji, był wykup od Polska Press Sp. z o.o. emisji pojedynczej reklamy prasowej w dodatku „Czas zawodowca” w kwocie 861 zł oraz zakup czasopism/periodyków na kwotę 2507,68 zł, z poniższym wyszczególnieniem:

Lp.	Tytuł	Liczba egzemplarzy	Kwota wydatków. [zł]
1	Drwal	6	66,00*
2	Kwadrans dla dyrektora	7-miesięczna prenumerata cyfrowa	489,62
3	Poradnik Dyrektora Szkoły. Zarządzanie w praktyce	aktualizacja 15 numerów	1359,18

4	Głos Pedagogiczny	prenumerata roczna w okresie 6 września 2024 r. – 5 września 2025 r.	602,88
Suma			2507,68

*koszt uwzględniający korektę z tytułu wstrzymania wydawnictwa

Ponadto, szkoła przekazała, że nie określono wysokości wydatków na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 i nie istnieje plan zwiększenia budżetu na działania promocyjne, ponieważ są to wydatki marginalne, mające na celu jedynie udostępnienie informacji ewentualnym kandydatom w okresie naboru do szkół.

Technikum Leśne w Staroście nie poniosło wydatków na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych, jak również nie zawarło umów z agencjami reklamowymi w tym okresie. Szkoła prenumerowała następujące tytuły prasowe, czasopisma i periodyki:

- Polski Związek Łowiecki – „Łowiec Polski” (1 szt.) – koszt 195 zł
- Oficyna Wydawnicza Oikos Sp. z o.o. – „Brać Łowiecka” (1 szt.) – koszt 198 zł
- Forum Media Polska Sp. z o.o. – „Głos Pedagogiczny” (1 szt.) – koszt 540 zł.

Placówka nie realizowała działań promocyjnych i informacyjnych w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi czy innymi organizacjami. Przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe na rok 2024 wynosiły 1000 zł. W Technikum Leśnym w Staroście nie istnieje plan zwiększenia lub zmniejszenia budżetu na działania promocyjne.

Technikum Leśne w Tucholi nie realizowało wydatków na reklamy w mediach tradycyjnych i cyfrowych oraz nie zawarło żadnych umów z agencjami reklamowymi. Jednostka w podanym okresie nie uczestniczyła w kampaniach promocyjnych i reklamowych zleconych przez Ministerstwo Klimatu i Środowiska, a także nie dokonywała zakupu prasy i czasopism. Szkoła współpracuje jedynie bezkosztowo ze szkolnym Klubem Sportowym „Leśnik”. Technikum Leśne w Tucholi nie dokonywało i nie ma przewidzianych w budżecie wydatków na cele promocyjne i reklamowe w 2024 roku, tym samym nie istnieje plan zwiększeń lub zmniejszeń budżetu na działania promocyjne.

Z wyrazami szacunku

Z up. Ministra

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

Załączniki:

1. Załącznik 1
2. Załącznik 2
3. Załącznik 3
4. Załącznik 4
5. Załącznik 5
6. Załącznik 6
7. Załącznik 7
8. Załącznik 8

Wyjaśnienia do załączników:

1. Załącznik 1. Zestawienie wydatków poniesionych na promocję przez INIG-PIB wraz z zestawieniem umów.xlsx
2. Załącznik 2. Zestawienie wydatków poniesionych na promocję przez IOŚ-PIB.
3. Załącznik 3. Zestawienie wydatków poniesionych na promocję w mediach tradycyjnych i cyfrowych przez DGLP.
4. Załącznik 4. Zestawienie wydatków poniesionych na promocję w mediach tradycyjnych i cyfrowych przez DGLP – część II.
5. Załącznik 5. Zestawienie wydatków poniesionych na prenumeraty przez INIG-PIB.xlsx
6. Załącznik 6. Zestawienie wydatków poniesionych na prenumeraty przez PIG-PIB.xlsx
7. Załącznik 7. Wydatki DGLP poniesione na promocję w ramach współpracy z klubami sportowymi, wydarzeniami masowymi i innymi organizacjami.xlsx
8. Załącznik 8. Prowizorium planu finansowo-gospodarczego DGLP na rok 2024.pdf

Do wiadomości:

Departament Spraw Parlamentarnych, KPRM