



# Ministerstwo Cyfryzacji

Sekretarz Stanu  
Dariusz Standerski

BM.WP.057.132.2024  
Warszawa, 16 lutego 2025 r.

**Szanowny Pan  
Szymon Hołownia  
Marszałek Sejmu RP**

Dot. pisma z 29 października 2024 r. Postów na Sejm RP Panów Dariusza Mateckiego, Michała Wosia, Marcina Warchoła, Mariusza Gosek, Dariusza Stefaniuka, Michała Cieślaka, Sebastiana Kalety, Przemysława Drabek oraz Pani Anity Czerwińskiej w sprawie wydatków poniesionych przez Ministerstwo Cyfryzacji i podmioty podległe - nadzorowane na cele promocyjne i reklamowe od 13 grudnia 2023 r. (interpelacja nr 5776)

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przedstawiam odpowiedzi na zadane przez Postów pytania.

**Ad 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.**

Wydawca	Tytuł prasowy, program telewizyjny, radio, portal internetowy	Kwota
Fabryka marketingu – data zawarcia umowy 27.10.2023 r.	Kampania w Internecie, promująca zasoby portalu kronika.gov.pl – „KRONIK@ przyciąga nie tylko Kopernika” - emisja artykułów na portalach onet.kultura.pl i wiadomości.onet.pl, kampania Facebook Ads, Google Ads, promocja na profilach Polish Masters of Art. i Człowiek absurdalny	157 317,00 zł (MC nie dysponuje szczegółowym kosztorysem w podziale na poszczególne media, a jedynie łączną kwotą wskazaną w umowie z Wykonawcą Wypłata środków: I etap (47 195,10) – 28.12.2023 r. II etap (110 121,90) – 15.03.2024 r.
Agencja reklamowa Fabryka Komunikacji Społecznej s.c. – data zawarcia umowy 13.12.2022 r.	Realizacja kampanii edukacyjno-informacyjnych na rzecz upowszechniania korzyści z technologii cyfrowych w październiku 2023	3 296 977,23 zł - data płatności 20.12.2023 r.
Agencja reklamowa Fabryka Komunikacji Społecznej s.c. – data zawarcia umowy 13.12.2022 r.	Realizacja kampanii edukacyjno-informacyjnych na rzecz upowszechniania korzyści z technologii cyfrowych w listopadzie 2023	1 357 024,89 zł - data płatności 28.12.2023 r.
Agencja reklamowa Fabryka Komunikacji Społecznej s.c. – data zawarcia umowy 29.09.2023 r.	Realizacja kampanii informacyjnej w listopadzie 2023 r. na temat aplikacji mObywatel	1 884 254,71 zł - data płatności 18.12.2023 r.
TIME S.A./Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowo-Handlowe MAKS Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 22.09.2023 r.	Nabycie czasu antenowego w bloku reklamowym na potrzeby emisji spotów informacyjnych dotyczących wzrostu świadomości opinii publicznej o aplikacji mObywatel	7 795,24 zł - data płatności 13.12.2023 r.
Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 22.09.2023 r.	Sprzedaż czasu reklamowego w reklamie Radia RMF FM, RMF MAXX i RMF CLASSIC - emisja spotów informacyjnych - aplikacja mObywatel	1 074 964,74 zł - data płatności 14.12.2023 r.

Polsat Media Spółka Sp. z o. o. – data zawarcia umowy 01.10.2023 r.	Zakup czasu antenowego w TV POLSAT w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel	1 499 896,40 zł - data płatności 14.12.2023 r.
Polskie Radio S.A. – data zawarcia umowy 22.09.2023 r.	Zakup czasu antenowego w Polskie Radio 1 i 3 w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel	419 881,50 zł - data płatności 15.12.2023 r.
TIME S.A./Radio Eska S.A. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji	220 401,22 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Radio RADOM Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji	4 590,19 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./PPHU Maks Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji	3 963,42 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Porozumienie Radiowe Poznań Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji	4 117,94 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./RM Media Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	5 525,04 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Radio Toruń Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	3 393,09 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Rozgłoszenia Radiowa REZONANS Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	12 171,69 zł - data płatności 28.12.2023 r.

TIME S.A./ESKA Rock S.A. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	71 580,32 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Stowarzyszenie Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	5 821,51 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Radio Go Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	4 117,94 zł - data płatności 28.12.2023 r.
TIME S.A./Mazowsze FM Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 21.07.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych TIME w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej na temat aplikacji mObywatel. Celem kampanii jest wzrost świadomości opinii publicznej na temat nowej wersji aplikacji mObywatel i wprowadzenia mDowodu, oraz zachęcenie Polaków do korzystania z aplikacji.	41 17,94 zł - data płatności 28.12.2023 r.
Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. sp. k. – data zawarcia umowy 01.11.2023 r.	Zakup czasu antenowego w programie Radia RMF FM, RMF MAXXX, RMF Classic w celu emisji spotów informacyjnych o długości 30 sekund propagujących zasady cyberbezpieczeństwa, poprzez wskazanie porad dotyczących fałszywych inwestycji	449 778,27 zł - data płatności 28.12.2023 r.
Polskie Radio S.A. – data zawarcia umowy 01.11.2023 r.	Zakup czasu antenowego w bloku reklamowym na potrzeby emisji spotów informacyjnych w celu zwiększenia wzrostu świadomości opinii publicznej na temat bezpieczeństwa w sieci poprzez wskazanie porad dotyczących fałszywych inwestycji	94 999,99 zł - data płatności 28.12.2023 r.
Audytoryum17 Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 01.11.2023 r.	Zakup czasu antenowego w stacjach radiowych Audytoryum 17 w celu przeprowadzenia kampanii informacyjnej propagującej zasady cyberbezpieczeństwa poprzez wskazanie porad dotyczących fałszywych inwestycji.	94 833,00 zł - data płatności 28.12.2023 r.
Meta (zakup bezpośredni; faktury zostały opłacone w 2024)	Reklamy w mediach społecznościowych – na platformie Facebook i Instagram	31 741,27 zł
Google (zakup bezpośredni; faktury zostały opłacone w 2024)	Reklamy w wyszukiwarce i sieci reklamowej Google	45 882,84 zł
LinkedIn (zakup bezpośredni; faktury zostały opłacone w 2024)	Reklamy w mediach społecznościowych – na platformie LinkedIn	3 567,00 zł
X (Twitter) (zakup bezpośredni; faktury zostały opłacone w 2024)	Reklamy w mediach społecznościowych – na platformie X	1 708,86 zł

**Ad 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?**

Na wstępie pragniemy poinformować, że kampanie i agencje informacyjne prowadzone przez Ministerstwo Cyfryzacji mają charakter informacyjny i edukacyjny, a co za tym idzie należy je zakwalifikować do kampanii o charakterze społecznym, a nie reklamowym czy marketingowym.

Kampanie dotyczyły różnych aspektów związanych z cyfryzacją, przy czym w 2024 r. były skoncentrowane na 3 wiodących obszarach tematycznych:

1. promocji nowych funkcji w aplikacji mObywatel, a także mDowodu;
2. edukacji nt. cyberzagrożeń i sposobach radzenia sobie z nimi;
3. edukowaniu i zachęcaniu do rozwoju kompetencji cyfrowych.

Nazwa agencji	Przedmiot umowy	Sposób wyboru i szczegóły
GoldenSubmarine Sp. z o.o. - data zawarcia umowy 20.08.2024 r.	Przedmiotem umowy jest przygotowanie przez Wykonawcę dokumentów Koncepcji Kampanii oraz przygotowanie i realizacja elementów Kampanii w zakresie i na warunkach określonych w Załączniku nr 1 do Umowy. Umowa została zawarta w ramach projektu dofinansowanego z programu Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy. Umowa jest dofinansowana z UE na poziomie 79,71%. Link do opisu projektu: <a href="https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/kampanie-edukacyjno-informacyjne-na-rzecz-upowszechniania-korzysci-z-wykorzystywania-technologie-cyfrowych">https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/kampanie-edukacyjno-informacyjne-na-rzecz-upowszechniania-korzysci-z-wykorzystywania-technologie-cyfrowych</a>	Przetarg nieograniczony.  Link do dokumentacji przetargowej: <a href="https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-4ac4beee-0eb2-11ef-b4f6-06f4b0c1d0b5">https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-4ac4beee-0eb2-11ef-b4f6-06f4b0c1d0b5</a>
Mastermind Media Sp. z o.o. – data zawarcia umowy 30.10.2024 r.	Przedmiotem umowy jest obsługa emisji Materiałów Reklamowych w Kampanii internetowej w zakresie i na warunkach określonych w OPZ. Umowa wspiera komunikacyjnie realizację Programu Rozwoju Kompetencji Cyfrowych, poprzez promocję różnorodnych inicjatyw prowadzonych w ramach tego programu oraz promocję cyfryzacji i innych inicjatyw Ministerstwa Cyfryzacji. Link do opisu Programu: <a href="https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/kompetencje-cyfrowe">https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/kompetencje-cyfrowe</a>	Przetarg nieograniczony.  Link do dokumentacji przetargowej: <a href="https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-12d0291e-ea07-43c3-85b1-10d7aaaab878">https://ezamowienia.gov.pl/mp-client/search/list/ocds-148610-12d0291e-ea07-43c3-85b1-10d7aaaab878</a>
Fabryka Komunikacji Społecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz – data zawarcia umowy 05.11.2024 r.	Przedmiotem Umowy jest realizacja elementów Kampanii w obszarze bezpieczeństwa w sieci poświęconej tematyce dezinformacji, w zakresie i na warunkach określonych w Załączniku nr 1 do Umowy.	Zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 214 ust 1 pkt 7) ustawy z Prawo zamówień publicznych. To zamówienie dodatkowe do umowy zawartej w ramach przetargu nieograniczonego przeprowadzonego w 2022 r. Link do dokumentacji przetargowej zamówienia głównego z 2022 r.: <a href="https://www.gov.pl/web/premier/pn-2622-realizacja-kampanii-edukacyjno-informacyjnych-na-rzecz-upowszechniania-korzysci-z-technologie-cyfrowych">https://www.gov.pl/web/premier/pn-2622-realizacja-kampanii-edukacyjno-informacyjnych-na-rzecz-upowszechniania-korzysci-z-technologie-cyfrowych</a>

TEARS OF JOY sp. z o.o. – data zawarcia umowy 1.10.2024 r.	Usługi eksperckie w zakresie stworzenia i wdrożenia strategii komunikacji Ministerstwa Cyfryzacji na platformie YouTube oraz usługi szkoleniowe z zakresu użytkowania platformy YT	Zamówienie na podstawie art. 2 ust. 1 pkt 1 ustawy z Prawo zamówień publicznych Zapytanie ofertowe wysłane drogą mailową do kilku firm. Wartość 119.000 zł
--	--	--

**Ad 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.).**

Poniższe przedstawiam tematy i zagadnienia w kampaniach, które dominowały od 13 grudnia 2023 r. w Ministerstwie Cyfryzacji:

- Promocja korzystania z mDowodu i funkcji sprawdzania miejsca głosowania w aplikacji mObywatel w okresie przed wyborami do Parlamentu Europejskiego;
- Promocja funkcji Zastrzeż PESEL w aplikacji mObywatel. Akcja informacyjna skierowana w szczególności do osób starszych (55+);
- Promocja nowej funkcji w aplikacji mObywatel („Bezpieczeństwo w sieci”), która umożliwia m.in. zgłaszanie podejrzanych fałszywych stron internetowych oraz otrzymywanie powiadomień do aktualnych zagrożeń w internecie;
- Edukowanie nt. bezpieczeństwa w internecie prowadzona na antenach Polskiego Radia;
- Edukowanie i zachęcanie do rozwijania kompetencji cyfrowych na antenach 17 rozgłośni regionalnych Polskiego Radia.

**Ad 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.**

Tytuł prasowy	Liczba egzemplarzy
Gazeta Wyborcza	4
Dziennik Gazeta Prawna	6
Puls Biznesu	5
Rzeczpospolita	6
Polityka	6
Newsweek	4
Tygodnik Przegląd	1
Super Express	1
Fakt	1
Tygodnik Powszechny	1
Personel i Zarządzanie	2
Forbes Woman	1
ABI EXPERT	2
NIE	1
Forbes	1
The Economist	2
IT w Administracji	4
Przegląd Legislacyjny	1
Radca Prawny w Administracji	1
Prawo Nowych Technologii	1

Programista	1
ODO Magazyn	1
Foreign Affiars	1
IT Professional	1
ITWIZ	1

Poniżej przekazuję informacje uzyskane z jednostek podległej i nadzorowanych przez Ministra Cyfryzacji:

Tytuł prasowy	Liczba egzemplarzy
<b>Centrum Projektów Polska Cyfrowa</b>	
Polityka Insight Premium	1 (platforma online)
<b>Instytut Łączności</b>	
ABI EXPERT (wersja papierowa i elektroniczna)	2
Dziennik Gazeta Prawna (wersja on-line 1 stanowisko)	2
Elektronik (wersja papierowa)	1
Marketer + (wersja on-line)	1
Marketing w praktyce	1
Nowa Technika Wojskowa	1
Programista (on-line)	1
Przegląd Telekomunikacyjny (wersja on-line)	1
Puls Biznesu (wersja on-line 1 stanowisko)	1
Radca prawny w administracji	1
Rzeczpospolita (wersja on-line 1 stanowisko)	1
Zamówienia Publiczne. Doradca (wersja papierowa)	1
Metrologia	1
Dostęp do bazy czasopism IEEE (baza zawiera czasopisma, materiały konferencyjne i normy)	1
<b>Centralny Ośrodek Informatyki</b>	
POLITYKA INSIGHT	1
Prenumerata do serwisu Onet	1
Forbes, Forbes Women	1
Rzeczpospolita	1
e-Rzeczpospolita	1
Dziennik Gazeta Prawna	1
e- Dziennik Gazety Prawnej	1
Wyborcza.pl	1
Puls Biznesu	1
Gofin Gł.Księgowy	1

Ad 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.

Nazwa podmiotu	Rodzaj działań	Kwota
PROIDEA Spółka z o.o. - data zawarcia umowy 27.09.2024 r.	Współorganizacja wydarzenia Hackathon „HackYeah”, w dniach 28-29 września 2024 r.	147 600,00 zł

Fundacja Zwolnieni z Teorii - data zawarcia umowy 29.08.2024 r.	Świadczenia promocyjne w ramach organizowanego wydarzenia pn. Trasa Zwolnieni z Teorii 2024	121 951,22 zł
SCEP sp. z o.o. - data zawarcia umowy 10.09.2024 r.	Świadczenia promocyjne w ramach organizowanego wydarzenia pn. Forum Smart City Expo Poland	35 000,00 zł
BizTech Konsulting SA - data zawarcia umowy 18.09.2024 r.	Świadczenia promocyjne w ramach organizowanego wydarzenia pn. XXX Forum Teleinformatyki	24 390,24 zł
Fundacja Edukacyjna Perspektywy - data zawarcia umowy 07.06.2024 r.	Świadczenia promocyjne w ramach organizowanego wydarzenia pn. Perspektywy Woman in Tech Summit	121 951,22 zł
Fundacja Warszawski Instytut Bankowości - data zawarcia umowy 09.10.2024 r.	Świadczenia promocyjne w ramach organizowanych wydarzeń związanych z Europejskim Miesiącem Cyberbezpieczeństwa	113 821,14 zł
Fundacja Zwolnieni z Teorii - data zawarcia umowy 21.05.2024 r.	Świadczenia promocyjne w ramach organizowanego wydarzenia pn. Wielki Finał Zwolnionych z Teorii 2024	30 000,00 zł
MUSIC MACHINES - ORGANIZACJA I OBSŁUGA IMPREZ MACIEJ MOŁĘDA, - data zawarcia umowy 20.06.2024 r.	Organizacja i obsługa stoiska promującego Ministerstwo Cyfryzacji podczas wydarzenia pn. Dzień Dziecka w KPRM	51 303,00 zł

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

**Proszę o przedstawienie szczegółowych informacji, które pozwolą na pełną transparentność w tej materii oraz ocenę celowości i skuteczności podejmowanych działań promocyjnoreklamowych.**

Przewidywane wydatki na cele promocyjne i reklamowe Ministerstwa Cyfryzacji na rok 2024 zostały ujęte w Planie postępowania o udzielenie zamówień na rok 2024, dostępnym w [Biuletynie Informacji Publicznej MC](#).

Z wyrazami szacunku  
Dariusz Standerski  
Sekretarz Stanu  
/dokument podpisany elektronicznie/

**Do wiadomości:**

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów - Departament Spraw Parlamentarnych