



Minister Aktywów Państwowych

Jakub Jaworowski

BM.I.053.131.2025

IK: 1092543

Warszawa, 04 kwietnia 2025 r.

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej udzielam odpowiedzi na interpelację K10INT8682 Pana Jarosława Krajewskiego, Posła na Sejm RP oraz grupy Posłów na Sejm RP, z dnia 19 marca 2025 r.

Uprzejmie informuję, że Ministerstwo Aktywów Państwowych nie posiada informacji w zakresie żądanym przez Państwa Posłów. Wobec powyższego Ministerstwo Aktywów Państwowych zwróciło się do spółek ORLEN S.A. oraz PZU S.A. z prośbą o przekazanie stanowiska, które przedstawiam poniżej.

Spółka ORLEN S.A. poinformowała, że przeprowadziła szczegółową analizę dostępnych danych oraz dokonała ich weryfikacji. W odpowiedzi na poruszone w interpelacji kwestie Spółka wskazała, że szczegółowe informacje dotyczące zawieranych umów, ich zakresu czy wysokości środków wydatkowanych na zakup usług marketingowych i usług medialnych stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa ORLEN S.A. w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Są to informacje posiadające wartość gospodarczą, które jako całość lub w szczególnym zestawieniu i zbiorze ich elementów nie są powszechnie znane osobom zwykle zajmującym się tym rodzajem informacji i nie są łatwo dostępne dla takich osób oraz co do których ORLEN S.A. jako podmiot uprawniony do korzystania z tych informacji podjął, przy zachowaniu należytej staranności, działania w celu utrzymania ich w poufności.

Z tego powodu Spółka nie może przekazać danych dotyczących wysokości środków pieniężnych zapłaconych podmiotom objętych interpelacją poselską.

Spółka PZU S.A. poinformowała, że nie jest podmiotem zobowiązanym do udzielenia informacji publicznej, o jakim mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej.

Sam fakt zawarcia, jak i dane wynikające z brzmienia umów, których stroną jest PZU S.A., stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa PZU S.A. Przedmiotowe dane traktowane są przez PZU S.A. jako dane poufne, do których dostęp posiada jedynie ograniczony krąg pracowników, a ich dostęp jest limitowany wykonywaniem czynności służbowych dotyczących realizacji zadań związanych z tymi danymi. W tym kontekście, PZU S.A. przejawia wolę zachowania tych danych jako niepodlegających ujawnieniu osobom trzecim.

Jednocześnie PZU S.A. podkreśla, że kanały komunikacji – w tym media dobierane są każdorazowo do każdej kampanii w taki sposób, aby skutecznie realizować jej określone cele

skierowane do konkretnej grupy docelowej (np. wizerunek, świadomość produktu/ promocji czy działania efektywnościowe).

PZU S.A. realizuje obecnie wielokanałową strategię obecności w mediach korzystając zarówno ze wsparcia w dotarciu przez stacje telewizyjne, media społecznościowe i portale. Odbywa się to zawsze w oparciu właśnie o dane medialne i rynkowe, tak aby uzyskać jak największą efektywność danej kampanii przy jej zakładanym budżecie.

Planując media do kampanii PZU S.A. bierze pod uwagę wiele zmiennych. Do najważniejszych z nich należą analiza konsumpcji mediów (oglądalność, słuchalność, czytelnictwo itp.) przez grupy docelowe na podstawie ogólnorynkowych badań (np. Nielsen, Gemius, TGI, PBC itd.) i optymalizacja kosztowa i zasięgowa (na podstawie badań ogólnorynkowych oraz badań własnych domu mediowego). Pod uwagę PZU S.A. bierze także wnioski z poprzednich działań pod kątem realizacji celów jak również wykorzystanie mediów przez konkurencję (na podstawie np. Kantar).

Zarówno ORLEN S.A. jak i PZU S.A. zaznaczają, że jak co roku na potrzeby Walnego Zgromadzenia, upublicznia dane zbiorcze w tym temacie i będą one dostępne wraz z publikacją materiałów dla akcjonariuszy.

Z poważaniem

Jakub Jaworowski

Minister

dokument podpisany elektronicznie

1092543.3983759.3173689

Do wiadomości:

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów