



Minister Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Agnieszka Dziemianowicz-Bąk

BM-II.059.1.484.2024

Warszawa, /elektroniczny znacznik czasu/

Pan

Szymon Hołownia

Marszałek Sejmu

Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację poselską nr 4619 Pani Posłanki Moniki Pawłowskiej w sprawie wycofanego spotu reklamowego informującego o tzw. „babciowym”, czyli świadczeniach wprowadzonych ustawą Aktywny rodzic, proszę przyjąć poniższe wyjaśnienia.

Na wstępie podkreślić należy, że zakres i forma działań informacyjnych, które prowadzono w związku z wprowadzaniem przepisów ustawy Aktywny rodzic wynikała z konieczności dotarcia do licznego grona osób mogących skorzystać z oferowanego w jej ramach wsparcia oraz konieczności złożenia przez rodziców wniosku w celu otrzymania tego wsparcia. Gdyby do rodziców nie dotarła informacja o programie, nie mogliby oni z niego skorzystać.

Trójelementowa struktura działań pomocowych udostępnionych rodzicom w ramach ustawy przekłada się na ich dużą elastyczność i otwarty charakter. Jej beneficjentami mogą zostać zarówno rodzice aktywni zawodowo, ponoszący koszty związane z opłacaniem domowej opieki nad małymi dziećmi (na co pozwala świadczenie „aktywni rodzice w pracy”), jak i osoby decydujące się skorzystać z usług placówek opiekuńczych (dzięki „aktywnie w żłobku” rodzice otrzymują 1500 zł na pobyt dziecka w placówce), ale też rodzice niezatrudnieni, opiekujący się swoimi dziećmi w domu. Zasięg i społeczne znaczenie ustawy Aktywny rodzic – także w kontekście pogłębiającego się od lat kryzysu demograficznego w Polsce – oznacza, że kampania informująca o uruchomieniu wypłaty świadczeń musiała zapewnić jak najszybsze upowszechnienie się wiedzy na jej temat.

Produkcja wszystkich wariantów spotu, które wykorzystano w radiowo-telewizyjnej kampanii informującej o ustawie Aktywny rodzic kosztowała 95 tys. zł brutto. Koszt ich emisji to 2 131 928,51 zł brutto.

Całość kosztów kampanii informacyjnej wynieść miała 5 milionów złotych. Kierownictwo Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wystąpiło jednak do Ministra Finansów z prośbą o korektę decyzji i zmniejszenie przyznanych z rezerwy celowej środków o 1 485 950 zł. Ruch ten podyktowany był racjonalizacją wydatkowania środków publicznych oraz koniecznością wprowadzenia ograniczeń wynikających z wejścia w życie rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 16 września 2024 r. dotyczącego wprowadzenia stanu klęski żywiołowej na obszarze części województwa dolnośląskiego, opolskiego oraz śląskiego, ogłoszonego w związku z powodzią.

Na podejmowane działania informacyjne, obok omawianych spotów, składała się między innymi kampania materiałów informacyjnych typu display, którą prowadzono na portalach internetowych oraz w mediach społecznościowych, jak również publikacja materiałów

informacyjnych w prasie drukowanej o ogólnopolskim i regionalnym zasięgu. Kampanię informacyjną ustawy Aktywny rodzic w 2024 prowadzono do 15 grudnia.

Sprawa była przedmiotem kontroli Najwyższej Izby Kontroli (NIK) w 2025 r. Kontrola nie wykazała nieprawidłowości.

Z wyrazami szacunku

Agnieszka Dziemianowicz-Bąk
Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej
/- kwalifikowany podpis elektroniczny-/