



Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Marta Cienkowska

Pan
Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na interpelację nr 13808 posała Dariusz Mateckiego z 28 listopada 2025 r. w sprawie wydatków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego na działania reklamowe i promocyjne w mediach oraz przestrzeni publicznej, uprzejmie proszę o przyjęcie poniższych informacji.

Pragnę w tym miejscu zaznaczyć, że 29 października 2024 r. poseł D. Matecki wraz z ośmioma innymi posłami złożył do MKiDN interpelację nr 5782 w tożsamym zakresie, tj. w sprawie wydatków poniesionych przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego i podmioty podległe - nadzorowane na cele promocyjne i reklamowe od 13 grudnia 2023 r., na którą 20 listopada 2024 r. udzielono wyczerpującej odpowiedzi.

Mając powyższe na względzie, poniższe zestawienie odnosi się wyłącznie do wydatków na działania reklamowe i promocyjne w mediach oraz przestrzeni publicznej poniesionych przez MKiDN w terminie po 20 listopada 2024 r., tj. od dnia udzielenia odpowiedzi na interpelację nr 5782 do dnia dzisiejszego. Jednocześnie należy wyraźnie podkreślić, że Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego nie gromadzi danych na temat wydatków poniesionych przez podmioty podległe - nadzorowane na cele promocyjne i reklamowe.

Ad 1.

We wskazanym okresie przeprowadzono:

- kampanię w prasie dot. Weekendu seniora z kulturą oraz Stypendiów Ministra na kwotę 118 080,00 zł;
- kampanię informacyjną w prasie na temat programu FEnIKS 2021-2027 w prasie na kwotę 127 920 zł;
- kampanię radiową dot. Weekendu seniora z kulturą na kwotę 155 640,57 zł;
- kampanie w mediach społecznościowych dot. Nocy Muzeów, ustawy o zabezpieczeniu specjalnym osób wykonujących zawód artystyczny, nowelizacji ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, konkursu „Polska kreatywni”, wyszukiwarki pn. „Odwiedź kulturę na wakacjach”, programu Feniks, stypendiów Ministra KiDN oraz akcji pn. „Płomień pamięci” - na łączną kwotę 114 269,32 zł;
- kampanię dot. promocji udziału w kulturze pn. „Odwiedź kulturę na wakacjach” poprzez emisję spotu w kinie plenerowym na kwotę 153 751,23 zł.

Nie wydatkowano środków na kampanie telewizyjne.

Ad 2.

Nie wydatkowano środków w tym zakresie.

Informacja dotycząca zasad przetwarzania danych osobowych przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz praw osób, których dane są przetwarzane została zamieszczona na stronie <http://bip.mkidn.gov.pl> w zakładce ochrona danych osobowych.

Ad 3.

W okresie od 20 listopada 2024 r. do dnia dzisiejszego nie korzystano z usług domów mediowych, środki wydatkowano na kampanie informacyjne i promocyjne zlecane następującym agencjom reklamowym i agencjom PR:

- a) KINADS sp. z o.o., umowa z 14.07.2025 r. na kwotę 153 751,23 zł zawarta w trybie bezprzetargowym, na zasadzie rozeznania rynku, w związku z kampanią w zakresie promocji udziału w kulturze pn. „Odwiedź kulturę na wakacjach” poprzez emisję spotu w kinie plenerowym;
- b) Big Picture sp. z o.o., umowa z 17.03.2025 r. na kwotę 110 700 zł zawarta w trybie bezprzetargowym w oparciu o zapytanie ofertowe, dotycząca świadczenia usług komunikacyjnych i wizerunkowych mających na celu wspieranie działań komunikacyjnych i wizerunkowych urzędu poprzez m.in. opracowywanie strategii komunikacji (w tym narracji, podsumowań i raportów), współpracy i kontaktów z mediami, opracowywanie prezentacji oraz materiałów na potrzeby konferencji i briefingów prasowych;
- c) Popisowa Katarzyna Grodzicka, umowa z 17.10.2025 r. na kwotę 35 793,00 zł zawarta w trybie bezprzetargowym na zasadzie rozeznania rynku, dotycząca usług PR, mająca na celu zapewnienie wsparcia konsultingowego i działań związanych z realizacją strategii w zakresie sytuacji kryzysowych, w tym ewentualnej odbudowy zaufania i reputacji, obejmujących działania zapobiegawcze, interwencje i ochronę wizerunku urzędu i kierownictwa urzędu;
- d) Fabryka Marketingu sp. z o.o., umowa z 28.04.2025 r. na kwotę 907 700,00 zł zawarta w trybie przetargu nieograniczonego w procedurze unijnej, dotycząca świadczenia usługi płatnych działań informacyjnych w mediach społecznościowych, mająca na celu budowę i wzmacnianie pozytywnego wizerunku oraz działań statutowych resortu kultury oraz promocję tematyki w obszarze kultury (umowa zawarta na 18 miesięcy, do końca października 2026 r.).

Ad 4.

MKiDN nie korzystało z usług domów mediowych.

Ad 5.

Lp.	Data zawarcia	Nazwa kontrahenta	Przedmiot umowy	Wartość umowy w zł	Sposób zawarcia
1.	23.09.2024	Biuro Reklamy Gazet Lokalnych sp. z o.o.	Publikacja artykułów informacyjnych na temat programu FEnIKS 2021 - 2027 w prasie	941 286,20 zł na kampanię wydatkowano 127 920,00 zł (finansowanie ze środków UE)	przetarg nieograniczony – procedura krajowa
2.	23.12.2024	Umowa zlecenie z osobą fizyczną	Marketing internetowy na potrzeby mediów społecznościowych w okresie Polskie Prezydencji w Radzie UE	25 340,00	bezprzetargowo

3.	17.01.2025 30.07.2025	Umowa o dzieło z osobą fizyczną	Świadczenie usług wideo na potrzeby mediów społecznościowych	93 000,00 36 000,00	bezprzetargowo
4.	03.04.2025	Umowa o dzieło z osobą fizyczną	Tworzenie projektów graficznych	72 000,00	bezprzetargowo
5.	14.03.2025	Umowa zlecenie z osobą fizyczną	Prowadzenie kampanii digitalowych w social mediach	61 502,28	bezprzetargowo
6.	24.04.2025	Fotoart D. Matloch	Wykonywanie dokumentacji fotoreporterskiej z wydarzeń	129 000,00	bezprzetargowo
7.	26.03.2025	Umowa zlecenie z osobą fizyczną	Opracowywanie briefów informacyjnych	33 228,00	bezprzetargowo
8.	22.08.2025	Biuro Reklamy Gazet Lokalnych sp. z o.o.	Zamieszczanie materiałów informacyjnych i promocyjnych w prasie	118 080,00	bezprzetargowo
9.	4.09.2025	Doradztwo Mediowe sp. z o.o.	Produkcja spotu radiowego	1722,00	bezprzetargowo
10.	4.09.2025	Audytarium 17 sp. z o.o.	zakup czasu antenowego w radiu	55 934,87	bezprzetargowo
11.	8.09.2025	Polskie Radio S.A. w likwidacji	zakup czasu antenowego w radiu	48 972,75	bezprzetargowo

12.	10.09.2025	Grupa Radiowa Agory sp. z o.o.	zakup czasu antenowego w radiu	49 010,95	bezprzetargowo
13.	28.04.2025	Fabryka Marketingu sp. z o.o.	Płatne działania informacyjne w mediach społecznościowych	907 700,00 (umowa na 18 miesięcy, do dnia dzisiejszego wydatkowano 151 147,00 zł)	przetarg nieograniczony – procedura unijna
14.	15.07.2025	Umowa o dzieło z osobą fizyczną	Opracowanie spotu na potrzeby kampanii „Odwiedź kulturę na wakacjach”	11 364,00	bezprzetargowo
15.	14.07.2025	KINADS Media sp. z o.o.	Emisja spotu w kinie plenerowym	153 751,23	bezprzetargowo
16.	17.03.2025	Big Picture sp. z o.o.	świadczenie usług komunikacyjnych i wizerunkowych	110 700,00	bezprzetargowo
17.	17.10.2025	Popisowa Katarzyna Grodzicka	Doradztwo wizerunkowe kryzysowe	35 793,00	bezprzetargowo
18.	29.10.2025	Dinksy Studio	Projekt identyfikacji graficznej wyszukiwarki wydarzeń pn. „Odkryj kulturę”	4 000,00	bezprzetargowo

Ad 6.

Wydatki uwzględnione w odpowiedziach na pytania nr 1-5, z wyjątkiem kampanii na temat programu FEnIKS 2021-2027 w prasie na kwotę 127 920 zł współfinansowanej ze środków unijnych bądź z Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego (obydwa plany zatwierdza Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej), były finansowane z budżetu państwa.

Działania promocyjne realizowane przez resort kultury, a współfinansowane ze środków unijnych bądź z Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego wynikają wprost z dokumentów programowych takich jak:

- Wytyczne dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027,
- Strategia komunikacji FE na lata 2021-2027,
- Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko,
- Dokumenty operacyjne przekazywane corocznie przez Instytucję Zarządzającą pn. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych w programie Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko,
- Podręcznik Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej 2021-2028 dla MF EOG.

Z poważaniem

z up. MINISTRA KULTURY
I DZIEDZICTWA NARODOWEGO

SEKRETARZ STANU

Maciej Wróbel