



# Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

---

Stefan Krajewski

Warszawa, 13 stycznia 2026 r.  
znak sprawy: PRO.pp.058.3.2025

Pan  
Włodzimierz Czarzasty  
Marszałek Sejmu RP

**Dotyczy: Interpelacji 13813 w sprawie wydatków Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na działania reklamowe i promocyjne w mediach oraz przestrzeni publicznej**

Szanowny Panie Marszałku,

W odpowiedzi na Interpelację nr 13813 Posła na Sejm RP Dariusza Mateckiego przedstawiam informacje dotyczące kampanii informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych i reklamowych realizowanych przez ministerstwo oraz jednostki podległe.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi realizuje zadania mające na celu stworzenie optymalnych warunków sprzyjających zrównoważonemu rozwojowi obszarów wiejskich, rolnictwa i rybactwa, a także zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego oraz wysokiej jakości usług publicznych.

Ministerstwo wraz z jednostkami podległymi realizuje działania informacyjne, edukacyjne i promocyjne w ramach powierzonych zadań, kompetencji oraz obowiązków wynikających z przepisów prawa. Kampanie, które są przedmiotem Interpelacji dotyczyły kwestii ważnych dla rolników, mieszkańców obszarów wiejskich, rolnictwa i jego rozwoju, a także zagadnień mających znaczenie dla ogółu społeczeństwa. Część kampanii prowadzona jest w formule crossmediowej, polegającej na wykorzystaniu różnych kanałów komunikacji – takich jak prasa, Internet i media społecznościowe, telewizja, radio, reklama zewnętrzna - w celu dotarcia do szerokiego grona odbiorców.

Ministerstwo prowadzi także działania edukacyjne, informacyjne i promocyjne, które wynikają z przepisów prawa i obowiązujących procedur w zakresie komunikacji i zapewnienia widoczności Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju

Obszarów Wiejskich (EFRROW) i Funduszy Europejskich dla Rybactwa na lata 2021-2027. Kompleksowe rozpowszechnianie informacji o PROW 2014-2020 oraz PS WPR 2023-2027, odbywa się poprzez informowanie potencjalnych beneficjentów oraz wszystkich zainteresowanych podmiotów o możliwościach finansowania działań w ramach programów PROW 2014-2020 oraz interwencji w ramach PS WPR 2023-2027 i zasadach wsparcia z tych programów. Ze środków Pomocy technicznej Fundusze Europejskie dla Rybactwa 2021-2027 sfinansowane były wydatki na działania informacyjno-promocyjne na temat możliwości wsparcia w ramach tego programu.

**Należy podkreślić, że część wydatków realizowana po 13 grudnia 2023 r. była realizacją zobowiązań zaciągniętych przed tą datą.**

Poniżej przedstawiam szczegółowe informacje o kampaniach informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych realizowanych przez ministerstwo oraz podległe jednostki od dnia 13 grudnia 2023 roku do dnia złożenia interpelacji, które dotyczą w szczególności:

*Ad 1 Wydatków poniesionych na reklamy, ogłoszenia i inne formy promocji we wszystkich rodzajach mediów: prasie, radiu, telewizji, mediach internetowych, mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, X/Twitter i inne), a także reklamy zewnętrznej (billboardy, citylighty, banery itp.).*

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wraz z jednostkami podległymi realizuje działania informacyjne, edukacyjne i promocyjne we wszystkich rodzajach mediów to jest w: prasie, radiu, telewizji, mediach internetowych, mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, X/Twitter i inne), a także reklamy zewnętrznej (billboardy, citylighty, banery itp.) poniosły wydatki w wysokości 25 234 435,92 zł (MRiRW – 22 353 007,56 zł, jednostki podległe - 2 881 428,36 zł).

**Należy nadmienić, że wydatki Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi i jednostek podległych na analogiczne działania w mediach w latach 2022-2023 były większe niż w okresie objętym Interpelacją (wyniosły ponad 28 000 000,00 zł).**

*Ad 2 Wydatków poniesionych na kampanie reklamowe w wyszukiwarkach internetowych (np. Google Ads) oraz na platformach typu display, w tym zasięgowe kampanie promujące działania ministerstwa.*

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi i jednostki podległe na kampanie informacyjne, edukacyjne i promocyjne w Internecie i serwisach społecznościowych poniosły wydatki w łącznej wysokości 1 901 297,92 zł (MRiRW - 1 396 377,60 zł., jednostki podległe – 504 920,32 zł).

W tym czasie ministerstwo zrealizowało szereg bardzo ważnych kampanii informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych, takich jak: 4P Nie marnuj żywności – szkoda planety!, Promocja Sieci Szkół Rolniczych, Ambasadorki Zdrowia -

profilaktyka raka piersi, Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej - Inwestycje gospodarstw w OZE, #Kupuj Świadomie - Produkt Polski, 20 lat Polski w Unii Europejskiej, Poznaj Dobrą Żywność, #KupujŚwiadomie - Dzień rolnictwa ekologicznego, #Kupuj Świadomie - Oznaczenia geograficzne (ChNP, ChOG, GTS), Żywność bez antybiotyków, Wspólna Polityka Rolna dla Bezpieczeństwa Żywnościowego, Zapobieganie dezinformacji na temat Pryszczycy.

W działaniach w Internecie i mediach społecznościowych wykorzystywano następujące kanały komunikacji: Google Ads – w tym Search Network, Google Display Network, YouTube Ads, Display & Video 360; Serwisy wertykalne i horyzontalne oraz aplikacje – m. in. WP Ads, Interia, farmer.pl, dlahandlu.pl, topagrar.pl, agronews.pl; Meta Ads – w tym Facebook i Instagram; Tik Tok Ads; LinkedIn Ads; X/Twitter Ads; AdForm. W większości przypadków zakup przestrzeni w wymienionych mediach on-line odbywał się za pośrednictwem agencji marketingowych (na zasadzie wynagrodzenia prowizyjnego).

*Ad 3 Wydatków na kampanie informacyjne i promocyjne zlecane domom mediowym, agencjom reklamowym i agencjom PR – z wyszczególnieniem:*

1. *nazw firm/agencji,*
2. *podstawy prawnej i formalnej zawarcia każdej umowy,*
3. *daty zawarcia każdej umowy,*
4. *przedmiotu każdej umowy (w tym celu i zakresu działań),*
5. *wartości każdej umowy, trybu zawarcia umowy (czy była to procedura przetargowa, zamówienie z wolnej ręki, zapytanie ofertowe itd.),*
6. *w przypadku braku przetargu – informacji, jakie działania poprzedziły zawarcie umowy (np. rozeznanie rynku, negocjacje bezpośrednie).*

Szczegółowe informacje o kampaniach informacyjnych i promocyjnych zlecanych przez ministerstwo i jednostki podległe domom mediowym, agencjom reklamowym/marketingowym i agencjom PR znajdują się w załączniku nr 1.

*Ad 4 Jeśli ministerstwo korzystało z usług domu mediowego – proszę o szczegółowy wykaz wszystkich miejsc, w których zostały opublikowane treści promocyjne (zarówno fizycznych, jak i internetowych), ze wskazaniem:*

1. *dat publikacji,*
2. *medium lub platformy,*
3. *kosztów jednostkowych i łącznych,*
4. *rodzaju promowanego materiału.*

Szczegółowe zestawienie miejsc publikacji treści promocyjnych za pośrednictwem domów mediowych znajduje się w załączniku nr 2.

*Ad 5 Proszę o przesłanie kompletnego wykazu wszystkich umów dotyczących działań reklamowych i promocyjnych, zawartych w podanym okresie, w formie tabeli, zawierającej:*

1. datę zawarcia,
2. nazwę kontrahenta,
3. przedmiot umowy,
4. wartość umowy,
5. sposób zawarcia umowy (przetarg/bezprzetargowo/inny),
6. źródło finansowania.

Wykaz umów związanych z realizacją kampanii informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych znajduje się w załączniku nr 3. Wykaz obejmuje również umowy zawarte przed 13.12.2023 r. i realizowane po tej dacie oraz umowy zawarte pomiędzy 13.12.2023 r. a dniem złożenia Interpelacji, które nie zostały jeszcze w całości zrealizowane.

*Ad 6 Proszę o informację czy działania reklamowe były współfinansowane ze środków unijnych lub innych źródeł zewnętrznych, a jeśli tak – z jakich programów, w jakiej wysokości i na jaki cel.*

Kampanie informacyjne, edukacyjne i promocyjne MRiRW były współfinansowane z następujących środków innych niż środki budżetowe:

- 1) współfinansowanie ze środków unijnych w wysokości 63,63% z pomocy technicznej PROW 2014-2020 na promocję instrumentów finansowych,
- 2) współfinansowanie ze środków unijnych w wysokości 55% z pomocy technicznej PS WPR 2023-2027 na promocję instrumentów finansowych.

Celem prowadzonych działań była realizacja zobowiązań jakie wynikają z przepisów prawa i obowiązujących procedur w zakresie komunikacji i widoczności EFRROW.

- 3) współfinansowanie ze środków unijnych w wysokości 70% z pomocy technicznej Fundusze Europejskie dla Rybactwa współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Morskiego, Rybackiego i Akwakultury.

Celem prowadzonych działań była realizacja zobowiązań jakie wynikają z przepisów prawa i obowiązujących procedur w zakresie komunikacji i widoczności Funduszy Europejskich dla Rybactwa na lata 2021-2027.

Jednostki podległe, oprócz środków PROW 2014-2020 i PS WPR 2023-2027, współfinansowały kampanie informacyjne, edukacyjne i promocyjne ze źródeł takich jak: bartery, dotacje, środki z WFOŚiGW.

Szczegółowe informacje o współfinansowaniu ze środków unijnych lub innych źródeł zewnętrznych znajdują się w załączniku nr 3 w pozycjach, w których źródło finansowania (kolumna F) jest inne niż „Środki budżetowe”.

Z wyrazami szacunku

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Stefan Krajewski

/podpisano elektronicznie/

Załączniki:

1. Zestawienie kampanii informacyjnych i promocyjnych zleczanych przez ministerstwo i jednostki podległe domom mediowym, agencjom reklamowym/marketingowym i agencjom PR
2. Zestawienie miejsc publikacji treści promocyjnych za pośrednictwem domów mediowych
3. Wykaz umów

Do wiadomości:

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów