



# Ministerstwo Klimatu i Środowiska

Podsekretarz Stanu  
Anita Sowińska

DEK-WAF.050.5.2025.JSB  
4140233.17051388.13831033  
Warszawa, 06-02-2026

**Dotyczy:** odpowiedzi na zapytanie Posła Pawła Sałka oraz grupy Posłów (znak: K10ZAP2981)

**Temat:** koszty kampanii reklamowej promującej utworzenie Parku Narodowego Doliny Dolnej Odry

Pan  
**Włodzimierz Czarzasty**  
Marszałek Sejmu RP

Szanowny Panie Marszałku,

w związku z zapytaniem nr K10ZAP2981 Posła Pawła Sałka oraz grupy Posłów, przekazuję odpowiedź w zakresie kompetencji Ministra Klimatu i środowiska.

**1. W jakich dokładnie mediach (tytuły gazet, nazwy radia i TV, media elektroniczne itp.) materiały promujące projektowany park narodowy były zamieszczane?**

Odpowiedź: Celem promocji było zwrócenie uwagi odbiorców na potrzebę ochrony cennych zasobów przyrodniczych występujących na terenach Parków Narodowych, a także edukacja w zakresie unikatowych gatunków zwierząt i roślin znajdujących się na terenie projektowanego Parku Narodowego Doliny Dolnej Odry. W odpowiedzi na zapotrzebowanie przeprowadzenia działań informacyjnych i edukacyjnych dotyczących procesu tworzenia nowego parku narodowego, zlecono emisję spotu promującego Park Narodowy Doliny Dolnej Odry w kinach na terenie całej Polski. Przeprowadzono także płatną promocję na profilach Ministerstwa na platformach Facebook oraz Instagram.

**2. Jakie koszty zostały poniesione na wytworzenie materiałów wymienionych w pkt. 1?**

Odpowiedź: Ministerstwo Klimatu i Środowiska uzyskało od Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej nieodpłatną subwencję niewyłączną, na podstawie której prowadzono działania z wykorzystaniem spotu. Materiały promowane w mediach społecznościowych zostały przygotowane przez pracowników MKiŚ z wykorzystaniem narzędzi reklamowych udostępnianych przez operatorów platform internetowych.

**3. Proszę o podanie dokładnych kosztów produkcji filmu reklamującego teren projektowanego parku oraz kosztów jego emisji przed seansami kinowymi oraz w TV. Proszę o podanie czasu emisji (np. rok, pół roku itp.).**

Odpowiedź: MKiŚ nie poniosło żadnych kosztów w związku z produkcją filmu reklamowego. Na zakup czasu emisyjnego na potrzeby emisji spotu kinowego na temat tworzonego Parku Narodowego Doliny Dolnej Odry, Ministerstwo przeznaczyło kwotę 120 000,00 zł. Spot był emitowany od 14 sierpnia do 20 listopada 2025 r.

**4. Jakie były źródła finansowania wszystkich wymienionych w pkt. 1-3 działań medialnych (np. budżet państwa, NFOŚ itp.)?**

Odpowiedź: Emisja spotu kinowego została sfinansowana ze środków uzyskanych na podstawie umowy o dofinansowanie z NFOŚiGW, a płatna promocja na profilach Ministerstwa z budżetu państwa.

**5. Jakie firmy realizowały elementy przedmiotowej kampanii promocyjnej?**

Odpowiedź: Wykonawcą wybranym w drodze udzielenia zamówienia na zakup czasu emisyjnego na potrzeby emisji spotu kinowego było Multikino Media sp. z o.o. Płatna promocja na profilach społecznościowych MKiŚ odbyła się na platformach należących do grupy Meta (Facebook, Instagram).

**6. W jaki sposób wyłoniono (np. przetarg ograniczony, nieograniczony itp.) podmioty jakie realizowały i przygotowały kampanię reklamową?**

Odpowiedź: Wyboru wykonawców sprawie udzielenia zamówienia publicznego pn. Emisja spotu promującego Park Narodowy Doliny Dolnej Odry w kinach oraz w sprawie udzielenia zamówienia publicznego pn. zamówienie na płatną promocję na kanałach Meta MKiŚ, dokonano na podstawie art. 2 ust. 1 pkt 1) ustawy Prawo zamówień publicznych<sup>1</sup> oraz zgodnie z obowiązującymi w Ministerstwie Klimatu i Środowiska procedurami udzielania zamówień publicznych<sup>2</sup>.

Z wyrazami szacunku

Anita Sowińska  
Podsekretarz Stanu  
Ministerstwo Klimatu i Środowiska  
/ – podpisany cyfrowo/

**Do wiadomości:**

Departament Spraw Parlamentarnych KPRM

---

<sup>1</sup> Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Dz. U. 2019 poz. 2019

<sup>2</sup> <https://www.gov.pl/web/klimat/procedury-udzielania-zamowien-publicznych>