



Minister Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Agnieszka Dziemianowicz-Bąk

BM-II.059.1.16.2026

Warszawa, /elektroniczny znacznik czasu/

Pan

Włodzimierz Czarzasty

Marszałek Sejmu

Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

w odpowiedzi na interpelację nr 14492 Pana Posła Marcina Józefaciuka, „w sprawie wydatków na kampanię informacyjną dotyczącą wprowadzenia dnia wolnego od pracy w dniu 24 grudnia”, proszę przyjąć poniższe wyjaśnienia.

Celem przeprowadzenia kampanii informacyjnej dotyczącej dnia wolnego od pracy w dniu 24 grudnia było rozpowszechnienie wiedzy na temat wprowadzanych zmian i ich wpływu na sytuację pracowników i pracodawców, a także na temat praw oraz obowiązków, które z tego wynikają. Aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców wykorzystano standardowe kanały przekazu, decydując o publikacji materiałów w internecie (strona WWW resortu, kanały SM resortu), prasie i radiu.

Tegoroczna sytuacja była z istoty rzeczy bezprecedensowa – 24 grudnia po raz pierwszy ustanowiono dniem wolnym od pracy, w związku z czym brak jest danych porównawczych z lat poprzednich, które pozwoliłyby ocenić wpływ akcji informacyjnej na liczbę kierowanych względem poprzednich lat zapytań, dotyczących uczynienia 24 grudnia dniem wolnym od pracy. Celem kampanii było rozpowszechnienie informacji na temat wejścia w życie nowych regulacji i prawnych oraz praktycznych implikacji tej zmiany.

Konceptę kampanii informacyjnej dotyczącej wprowadzenia dnia wolnego od pracy w dniu 24 grudnia, tak jak materiały promocyjno-informacyjne, które opublikowano w mediach społecznościowych i prasie, opracowano w Ministerstwie, dzięki czemu działania te - z reguły zlecane za opłatą domom mediowym - nie wiązały się z koniecznością poniesienia dodatkowych nakładów. Zgodnie z przyjętą przez obecne Kierownictwo Ministerstwa praktyką i zasadą racjonalnego gospodarowania środkami publicznymi - usługi związane z promocją materiałów informacyjnych w mediach społecznościowych i prasie zakupiono bezpośrednio na rynku, w ramach procedury rozpoznania ofert rynkowych. Zakup radiowego czasu antenowego zrealizowano na podstawie art. 11 ust 1 pkt 5 ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Komunikat kierowano do pracodawców i pracowników w jednakowych formach, z zamiarem przekazania im w sposób spójny i czytelny wiedzy o wprowadzeniu nowych przepisów.

Źródłem finansowania akcji były środki z planu wydatków budżetu państwa Dysponenta środków budżetu państwa III stopnia, cz. 31 – praca. Wszystkie zobowiązania finansowe zrealizowano i opłacono kierując się podstawowym założeniem racjonalizacji kosztów, wydajności i skuteczności wydatkowania środków publicznych. Koszt działań informacyjnych wyniósł 499 771,67 zł.

Na zakup radiowego czasu antenowego na emisję spotu przeznaczono 426 772,27 zł, z czego na emisje: w Polskim Radiu 129 421 zł (252 emisje); w Radiu Zet 147 552,03 zł (63 emisje); w RMF FM 149 799,24 zł (63 emisji).

Kampania informacyjna dotycząca wprowadzenia dnia wolnego od pracy w dniu 24 grudnia nie była realizowana w telewizji.

Graficzne materiały informacyjne rozpowszechniono w wersjach papierowych i w wersjach elektronicznych publikacji na łamach: Gościa Niedzielnego, Newsweeka, Tygodnika Przegląd, Angory. Łączny koszt zakupu przestrzeni reklamowej w prasie na publikację materiałów graficznych wyniósł 58 523,40 zł.

Nie używano nośników zewnętrznych typu billboard, ani nie rozpowszechniano informacji poprzez kolportaż ulotek.

W mediach społecznościowych kampanię prowadzono w formie promowanych postów, opracowanych merytorycznie i graficznie w Ministerstwie i na platformach: LinkedIn, Instagram, X oraz Facebook. Łączny koszt promocji w mediach społecznościowych wyniósł 13 000 zł.

W ramach pozostałych czynności związanych z obsługą kampanii poniesiono koszt produkcji spotu radiowego z udziałem Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wynoszący 1 476 zł. Materiały informacyjne w prasie oraz materiały wykorzystane w mediach społecznościowych przygotowano w Resorcie, a ich publikacja nie wiązała się z dodatkowymi kosztami. Innych kosztów Ministerstwo nie poniosło.

W MRPiPS przeprowadzono kampanie informacyjne w latach:

- 2024. Kampanie dotyczyły wsparcia rodziców w aktywności zawodowej oraz opiece i wychowaniu dziecka, realizowanego zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 15 maja 2024 r. o wspieraniu rodziców w aktywności zawodowej oraz w wychowaniu dziecka „Aktywny rodzic”, a także projektów z programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego (FERS) w działaniach, za które odpowiada MRPiPS. Ich łączny koszt to 4 124 703,15 zł.
- 2025. Były to kampanie: na temat projektów z programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego (FERS) w działaniach, za które odpowiada MRPiPS; dotyczące wydatków na kampanię informacyjną w sprawie wprowadzenia dnia wolnego od pracy w dniu 24 grudnia; na temat prawa pracy pn. Easy mode. Ich łączny koszt to 2 508 361,67 zł.

Z treścią materiałów promocyjnych, o których przekazanie prosi Pan Poseł, można się zapoznać odwiedzając media społecznościowe Ministerstwa, stronę internetową oraz pod wskazanymi adresami wydawnictw w wersji elektronicznej:

Facebook: [Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej | Warsaw | Facebook](#)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/ministerstwo-rodziny-pracy-i-polityki-spolecznej/posts/?feedView=all>

X: https://x.com/MRPiPS_GOV__PL

Strona www: [Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej - Portal Gov.pl](#)

Gość niedzielny: <https://www.gosc.pl/doc/9519570.Wigilia-pierwszy-raz-dniem-wolnym-od-pracy>

Newsweek: <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/wigilia-pierwszy-raz-dniem-wolnym-od-pracy/dtbq3qs>

Tygodnik Przegląd: <https://www.tygodnikprzeglad.pl/wigilia-pierwszy-raz-dniem-wolnym-od-pracy/>

Angora: <https://angora24.pl/wiadomosci/wigilia-pierwszy-raz-dniem-wolnym-od-pracy>

Materiał graficzny wykorzystany w publikacjach we wskazanych tytułach prasy drukowanej oraz plik dźwiękowy, o które prosi Pan Poseł, z uwagi na ograniczenia techniczne zostaną przesłane bezpośrednio na adres biura poselskiego Pana Posła Marcina Józefaciuka.

Z wyrazami szacunku

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