



Ministerstwo Obrony Narodowej

Sekretarz Stanu
Paweł BEJDA

BMON-WP.053.210.2026/In-100-26/SW
Warszawa, 03.03.2026 r.

Pan Włodzimierz CZARZASTY
Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Do wiadomości: Dyrektor Departamentu Spraw Parlamentarnych w KPRM

ePuap

Dotyczy: interpelacji nr 15426 Pana Posła Dariusza Mateckiego w sprawie wykazu wydatków Ministerstwa Obrony Narodowej na działania reklamowe i promocyjne w mediach oraz przestrzeni publicznej

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając, z upoważnienia Ministra Obrony Narodowej, na interpelację nr 15426 Pana Posła Dariusza Mateckiego w sprawie wykazu wydatków Ministerstwa Obrony Narodowej na działania reklamowe i promocyjne w mediach oraz przestrzeni publicznej, w uzupełnieniu informacji przekazanych w odpowiedzi MON na poprzednią interpelację wymienionego Posła nr 13810 w tej samej sprawie (pismo nr BMON-WP.053.1016.2025/In-432-25/SW z 11.12.2025 r.) uprzejmie przedstawiam poniższe wyjaśnienia.

Zadania z zakresu promocji są regulowane decyzją Nr 33/MON Ministra Obrony Narodowej z dnia 5 marca 2019 r. w sprawie działalności promocyjnej w resorcie obrony narodowej (Dz. Urz. MON z 2019 r., poz. 40), zgodnie z którą w ramach realizacji zadań w obszarze promocji, określonych w regulaminie organizacyjnym MON, kierownik komórki do spraw promocji w szczególności zapewnia materiały promocyjne dla: komórek organizacyjnych Ministerstwa; ataszatów obrony przy przedstawicielstwach dyplomatycznych Rzeczypospolitej Polskiej; polskich kontyngentów wojskowych; obserwatorów wojskowych misji organizacji międzynarodowych; zespołów łącznikowych przy organizacjach międzynarodowych i międzynarodowych strukturach wojskowych; żołnierzy zawodowych pełniących służbę poza granicami państwa w stałych przedstawicielstwach RP przy organizacjach międzynarodowych oraz jednostek organizacyjnych – za wyjątkiem finansujących działalność promocyjną w ramach limitu wydatków na stałą działalność promocyjną oraz dysponujących środkami finansowymi na realizację zadań promocyjnych w ramach planu priorytetowych przedsięwzięć promocyjnych.

W okresie wskazanym w interpelacji Ministerstwo Obrony Narodowej zawarło umowę na kwotę ok. 899 tys. zł z TVP S.A. na produkcję oraz transmisję wydarzeń z okazji Święta Wojska Polskiego i udostępnienie sygnału telewizyjnego wszystkim chętnym stacjom telewizyjnym oraz portalom internetowym. Transmisja audycji odbyła się na antenie Telewizji Polskiej S.A. w dniu 15 sierpnia 2025 r. jako: realizacja/transmisja telewizyjna z uroczystości patriotycznej przed Grobem Nieznanego Żołnierza w Warszawie od godz. 10.00; realizacja/transmisja telewizyjna defilady wojskowej w Warszawie od godz. 12.00; realizacja/transmisja parady morskiej na Helu – od godz. 12.00. Zgodnie z raportem dziennym z dnia 15 sierpnia 2025 r. przesłanym przez TVP transmisję w TVP 1 obejrzało ok. 1,3 mln widzów, co daje 15,5 % udziału w rynku. W TVP Info widownia wyniosła 600 tys., tj. 7% udziału w rynku, w TVN 24 – 700 tys., natomiast w Polsat News – 200 tys.



Pozwoliło to na dotarcie do różnych grup odbiorców z przekazem dotyczącym codziennej służby żołnierzy Wojska Polskiego i skuteczną promocję Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej.

Ponadto, w omawianym okresie MON zawarło umowę o dzieło o wartości 8 tys. zł na przygotowanie grafik o tematyce wojskowej na materiały promujące SZ RP. Zawarto także 20 umów w wyniku przetargu na wytworzenie i dostawę materiałów promocyjnych oraz okolicznościowych, tj. medali, plakiet i etui na plakiety, pinsów, długopisów i piór, apteczek, opasek odblaskowych, flag, statuetek szklanych, słodyczy, kalendarzy, filiżanek i kubków, plecaków i worków, pluszowych misiów, notatników, odzieży, galanterii skórzanej, monet pamiątkowych oraz drobnych gadżetów promocyjnych na łączną kwotę ponad 1,7 mln zł.

Nie zawierano umów na realizację kampanii reklamowych, kampanii informująco-promujących oraz nie korzystano z usług domów mediowych.

Z wyrazami szacunku

Paweł BEJDA

/dokument podpisany kwalifikowanym podpisem elektronicznym/