Kancelaria Prezesa
Rady Ministrów

Sekretarz Stanu
Zastępca Szefa Kancelarii Prezesa Rady Ministrów
Jakub Stefaniak

DSP.INT.4513.31.2026
Warszawa, 29 października 2026 r.

Pani Małgorzata Kidawa-Błońska
Marszałek Senatu Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowna Pani Marszałek,

z upoważnienia Prezesa Rady Ministrów Donalda Tuska oraz Ministra-Członka Rady Ministrów, Szefa Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, w odpowiedzi na oświadczenie złożone przez senatora Wojciecha Skurkiewicza wspólnie z innymi senatorami podczas 65. posiedzenia Senatu RP w dniu 24 września 2026 r., przekazuję następujące informacje.

W odniesieniu do jednostek i organów nadzorowanych przez Prezesa Rady Ministrów, informuję, że współpracę, o której mowa w przedmiotowym oświadczeniu, podjęły, bądź też planują podjąć:

1. Urząd Transportu Kolejowego (dalej: UTK) - w 2024 r. UTK zamówił w Polskiej Agencji Prasowej S.A. w likwidacji roczne usługi publikacji artykułów i komunikatów UTK. Wartość wydatków na ten cel w 2024 r. wyniosła 10 455 zł. UTK nie planuje w najbliższym czasie bezpośredniej współpracy ze wskazanymi podmiotami w ramach płatnych form programowych i reklamowych. Jednakże aktualnie trwa postępowanie przetargowe na wybór wykonawcy kampanii medialnej w ramach „Kampanii Kolejowe ABC III". Przewidziano w niej emisję spotów reklamowych w kanałach o największej oglądalności i słuchalności. UTK nie jest w stanie wskazać konkretnej daty rozpoczęcia tej kampanii.

2. Główny Urząd Statystyczny (dalej: GUS) - w 2024 r. GUS zawarł umowę z agencją reklamową. Przedmiotem umowy był wywiad telewizyjny z ekspertem GUS, promujący badania ankietowe oraz reportaż o badaniach ankietowych. Realizacja umowy, na łączną kwotę 132 677,65 zł brutto, obejmowała wykonanie dwóch zadań:
   – zadanie 1 - rozmowa z ekspertem GUS w paśmie porannym (informacyjnym lub śniadaniowym). Agencja reklamowa zrealizowała to zadanie w ramach współpracy z TVP2. Za wykonanie zadania otrzymała 60 810,59 zł brutto;
   – zadanie 2 - produkcja reportażu o badaniach ankietowych oraz emisja na antenie ogólnopolskiej. Agencja reklamowa zrealizowała to zadanie w ramach współpracy z TVP3. Za wykonanie zadania otrzymała 71 867,06 zł brutto.

+48 22 694 75 31
sekretariatDSP@kprm.gov.pl
gov.pl/premier

Al. Ujazdowskie 1/3
00-583 Warszawa

3. Prokuratoria Generalna RP - w dniach 23-25 września 2026 r. Rzecznik prasowy Prokuratorii Generalnej oraz II Zastępca Rzecznika wzięły udział w szkoleniu „Rzecznik prasowy firmy/instytucji", organizowanym przez Centrum Edukacji Medialnej Polskiego Radia. Koszt szkolenia wyniósł 5 800 zł brutto. Zaplanowany jest udział I Zastępcy Rzecznika w kolejnej edycji szkolenia w grudniu 2026 r.

4. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego - w ramach współpracy z Polskim Radiem S.A. w likwidacji, Urząd zawarł dwie umowy: nr 2024/0144 „Emisja spotu radiowego: kampania pt. „Cyberoszustwa inwestycyjne" oraz nr 2025/0104 „Emisja spotu radiowego nt. kryptoaktywów", wydatkując na nie odpowiednio 199 870 zł w 2024 r. i 199 916 zł w 2025 r. W ramach współpracy z Polską Agencją Prasową S.A. w likwidacji, zawarł umowy nr 2023/0287 „Odnowienie dostępu do niewyłącznego prawa do korzystania z Serwisu PAP, przez okres 24 miesięcy", nr 2023/0287 „Odnowienie dostępu do niewyłącznego prawa do korzystania z Serwisu PAP, przez okres 24 miesięcy", nr 2025/0229 „Przedłużenie dostępu do serwisu PAP", oraz nr 2026/0150 „Usługa monitoringu mediów", wydatkując na nie 900 360 zł w 2024 r., 894 935,33 zł w 2025 r., oraz 671 596,50 zł do końca III kw. 2026 r.

5. Biuro Rzecznika Praw Pacjenta - w ramach współpracy z Polską Agencją Prasową S.A. w likwidacji:
   - zawarło umowę nr 71/2024, obejmującą obsługę medialną oraz publikację i dystrybucję materiałów dotyczących bieżącej działalności Rzecznika. Materiały dotyczyły m.in. bezpieczeństwa pacjentów, standardów ochrony ich praw, prawa uczniów do wiedzy o zdrowiu, współpracy Rzecznika z innymi instytucjami, wypłat z Funduszu Kompensacyjnego oraz dobrych praktyk w placówkach medycznych. W wyniku tej współpracy powstały m.in. publikacje: „Zwiększenie bezpieczeństwa pacjentów wymaga skutecznych…", „Poprawiamy wspólnie z Ministerstwem Zdrowia standardy…", „Uczniowie mają prawo do wiedzy o zdrowiu", materiał o porozumieniu Rzecznika z Policją, informacja o wypłatach z Funduszu Kompensacyjnego w 2024 r., oraz materiał o dobrych praktykach wzmacniających bezpieczeństwo pacjentów. Umowa obowiązywała od 22 października 2024 r. do 22 stycznia 2025 r., a jej koszt wyniósł 24 600 zł brutto w 2024 r. i 12 300 zł brutto w 2025 r.;
   - zleciło obsługę medialną wydarzenia „Prawa Pacjenta w Unii Europejskiej", które odbyło się 8–9 maja 2025 r. w Gdańsku. Usługa obejmowała materiały tekstowe i wideo, ich dystrybucję w kanałach ogólnoinformacyjnych, komentarz ekspercki oraz wsparcie dedykowanego opiekuna medialnego wydarzenia. Koszt zlecenia wyniósł 19 065 zł brutto;
   - zleciło obsługę medialną wydarzenia „Wolski Korowód 2025", kampanii informacyjnej dla mieszkańców dzielnicy Wola m.st. Warszawy, organizowanego 15 czerwca 2025 r. Koszt zlecenia wyniósł 9 840 zł brutto.

Ze zgromadzonych odpowiedzi od jednostek wynika, że efekty ww. działań nie zostały poddane walidacji, a wymienione jednostki, oprócz PG RP i z zastrzeżeniem przypadku UTK, nie planują podjęcia płatnej współpracy z mediami publicznymi.

Centrum Informacyjne Rządu (dalej: CIR) współpracowało z TVP S.A. w likwidacji, Polskim Radiem S.A. w likwidacji oraz PAP S.A. w likwidacji. Współpraca obejmowała emisję spotów informacyjnych, zakup licencji na materiały audiowizualne TVP oraz dostęp do serwisów informacyjnych i zasobów archiwalnych PAP i Informacyjnej Agencji Radiowej.
Współpraca dotyczyła kampanii informacyjnych prowadzonych przez CIR. Program Aktywny Rodzic, kampanie „To dopiero rok", „Robimy Nie Gadamy" i „Robimy Nie Gadamy

II", Program SAFE, kampania „Nasza kolej" oraz kampania „Inwestujemy w bezpieczną Polskę". Każda kampania prowadzona była również w innych stacjach telewizjach.

Współpraca z TVP obejmowała zakup czasu antenowego, licencji na materiały audiowizualne oraz dostęp do serwisów informacyjnych i archiwów.

Kampania	Kanały	Czas emisji
Program Aktywny Rodzic	TVP1, TVP2, TVP VOD	23.09 do 20.10.2024
Program Aktywny Rodzic	Jedynka, Trójka, PR24	1 do 21.10.2024
To dopiero rok	TVP1, TVP2	11 do 26.12.2024
Robimy Nie Gadamy	TVP1, TVP2	15 do 29.10.2025
Robimy Nie Gadamy II	TVP1, TVP2, TVP Info, OTV	10 do 23.12.2025
Robimy Nie Gadamy II	Jedynka, Trójka	10 do 23.12.2025
Program SAFE	TVP1, TVP2	18 do 24.05.2026
Program SAFE	Ośrodki regionalne TVP3: Warszawa, Katowice, Gdańsk, Bydgoszcz, Kraków, Rzeszów, Wrocław, Poznań, Łódź i Kielce.	18 do 24.05.2026
Nasza Kolej "100-lecie polskiej kolei"	TVP1, TVP 2	25.09 do 8.10.2026

Umowy licencyjne TVP obejmowały licencje na materiały audiowizualne, umowy PAP dotyczyły dostępu do serwisów informacyjnych, archiwum i kalendarium, umowy Informacyjnej Agencji Radiowej dotyczyły dostępu do serwisu informacyjnego.

Wydatki brutto w podziale na lata[1]

2024 r.	
Zakres	Wydatki brutto
PAP: serwis informacyjny, archiwum i kalendarium	599 994,00 zł
TVP: licencja	123,00 zł
TVP: licencja	123,00 zł
TVP: licencja	1 968,00 zł
TVP: Program Aktywny Rodzic	249 743,52 zł
Polskie Radio: Program Aktywny Rodzic	99 994,00 zł
TVP: „To dopiero rok"	249 707,23 zł
Polskie Radio: serwis Agencji Radiowej	38 376,00 zł
Razem	1 240 028,75 zł

2025 r.	
Zakres	Wydatki brutto

[1] Podział według lat oznacza rok zawarcia umowy.

PAP: serwisy informacyjne	627 300,00 zł
TVP: licencja	5 289,00 zł
TVP: „Robimy Nie Gadamy”	429 980,16 zł
TVP: „Robimy Nie Gadamy II”	797 039,03 zł
Polskie Radio: „Robimy Nie Gadamy II”	279 961,20 zł
Polskie Radio: serwis Agencji Radiowej	20 664,00 zł
PAP: serwisy informacyjne i zasoby archiwalne	517 522,50 zł
Razem	2 677 755,89 zł

2026 r. (stan na 19.10.2026)	
Zakres	Wydatki brutto
TVP: licencja	1 722,00 zł
TVP: Program SAFE, TVP1 i TVP2	200 000,00 zł
TVP: Program SAFE, ośrodki regionalne	300 000,00 zł
TVP: Nasza Kolej “100-lecie polskiej kolei”	1 182 495,17 zł
Razem	1 684 217,17 zł

Ewaluacja i ocena obejmowała całość działań w ramach danej kampanii.

Pragnę nadmienić, że w czasie 3 lat poprzednich rządów – lata 2020 – 2023 - tylko na kampanie w TVP wydano ponad 27 mln zł.

Z wyrazami szacunku

Jakub Stefaniak
/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/