



Minister Infrastruktury

Znak pisma: BK-2.054.1.2026

Warszawa, 01 października 2026

Pan

Włodzimierz Czarzasty

Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na interpelację nr 13806 Posła na Sejm RP Pana Dariusza Mateckiego, uprzejmie proszę o przyjęcie poniższych informacji.

Dbając o celowość wydatkowania środków publicznych w 2025 r. Biuro Komunikacji MI wydało 0,00 zł na działania informacyjno-promocyjne. Pragnę przy tym zaznaczyć iż w 2024 r. ograniczyliśmy wydatki na cele informacyjno-promocyjne aż o 97,6 proc. w porównaniu z rokiem 2023 (1 571 971,13 zł w 2023 r. i 37 438,56 zł w 2024 r.). Była to realizacja jednej usługi, polegającej na opracowaniu i emisji cyklu 5 audycji radiowych o długości 5 minut każda. Tematem audycji było bezpieczeństwo w ruchu drogowym. Usługę realizowały następujące podmioty: Radio Pasma Piotrków (9 840,00 zł brutto), Radio „TOP” (2 798,56 zł brutto), Radio Łódź (12 500,00 zł brutto), Doradztwo Mediowe (12 300,00 zł brutto).

MI w okresie wskazanym w Interpelacji zrealizowało ponadto następujące działania promocyjne, reklamowe oraz informacyjne:

- zakup pakietu publikacji 10 ogłoszeń o pracę na portalach z ofertami pracy: pracuj.pl i theprotocol.it koszt: 11 066,31 zł brutto (8 997 zł netto);
- zapewnienie w dniu 29 października 2024 r. stoiska wystawowego z jego wyposażeniem w ramach pakietu Select w trakcie wydarzenia targi pracy Talent Days (edycja Jesień 2024), koszt: 18 100,07 zł brutto, 14 715,50 zł netto – kontrahent: Absolvent.pl sp.z o.o..

Działania realizowane przez Sekretariat Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego:

2025 rok

Realizacja ogólnopolskiej kampanii społecznej, dotyczącej przekraczania przez kierujących samochodami osobowymi dopuszczalnej prędkości. Projekt polegał na przygotowaniu i realizacji ogólnopolskiej kampanii społecznej, która swoim zakresem obejmowała zagadnienie związane z drastycznym przekraczaniem dozwolonych limitów prędkości, zwłaszcza poza obszarem zabudowanym oraz wpływem takiego zachowania kierujących samochodami osobowymi na ryzyko utraty życia i zdrowia innych uczestników ruchu drogowego. Głównym celem projektu było podniesienie świadomości zagrożeń nadmiernej prędkości i jej wpływu na ryzyko zaistnienia wypadku drogowego ze skutkiem śmiertelnym lub ciężkimi obrażeniami ciała, oraz promowanie właściwych postaw i

zachowań uczestników ruchu. Łączna wartość zamówienia to 6 987 440,00 złotych brutto, gdzie zostało przeprowadzone szacowanie wartości zamówienia a postępowanie było prowadzone na podstawie: art. 132 ustawy Pzp. Przedmiotowa kampania była współfinansowana ze środków europejskich w ramach projektu: FENX.05.03-IP.02-0003/24-00 programu Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko 2021-2027.

Zakres działań obejmował:

- przygotowanie kreacji (scenariusz, produkcja i postprodukcja) spotu telewizyjnego o długości do 45 sekund.
- zakup czasu antenowego w ogólnopolskich i regionalnych stacjach telewizyjnych i radiowych o wartości 5 917 580,00 zł.
- działania informacyjno - promocyjne wspierające kampanię o wartości 1 730 350,00 zł brutto, w tym:
 - ✓ przygotowanie kreacji (scenariusz, produkcja i postprodukcja) spotu telewizyjnego o długości do 45 sekund;
 - ✓ zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie/organizacja konferencji;
 - ✓ przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych do kampanii, które zostaną wykorzystane do promocji kampanii (torba bawełniana z nadrukiem hasła kampanii, lampa ostrzegawcza - kogut flara led błyskowa dysk, kubek ceramiczny, zapach do samochodu/zawieszka na lustro wsteczne wewnętrzne);
 - ✓ zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie działań mających na celu promocję kampanii społecznej w Internecie m.in. w serwisach i mediach społecznościowych Zamawiającego oraz z wykorzystaniem VOD i Google YouTube, m.in. z wykorzystaniem spotu kampanii i plakatu reklamowego spotu;
 - ✓ zakup czasu emisyjnego w kinach (w bloku tradycyjnym) we wszystkich województwach w Polsce (stolicach województw) – okres emisji w trybie ciągłym nie mógł być krótszy niż 14 dni kalendarzowych – zakładana ilość widzów minimum 550 000;
 - ✓ zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej zewnętrznej z wykorzystaniem ekranów LCD w środkach transportu komunikacji miejskiej i podmiejskiej (autobusy, tramwaje, pociągi itp.) – minimalna ilość nośników 1000 szt. – kampania była realizowana w trybie ciągłym przez 14 dni kalendarzowych;
 - ✓ przygotowanie, wykonanie i publikacja artykułów sponsorowanych w prasie lokalnej – minimum 20 dzienników regionalnych (długość każdego artykułu od 3000 do 4000 znaków ze spacjami);
 - ✓ zaprojektowanie, wydruk i dystrybucja ulotki informacyjnej o kampanii – 30 000 szt.

2024 rok

Realizacja pięciu kreacji (scenariusz, produkcja i post-produkcja) filmów internetowych do emisji w internecie o długości od 30 do 60 sekund oraz 2 grafik do każdego filmu, w celu zmiany postaw i zachowań uczestników ruchu drogowego, a pośrednio spadek liczby wypadków i ofiar śmiertelnych w ruchu drogowym oraz skutków ciężkości zdarzeń

drogowych. Łączna wartość umowy to 159 285,00 zł brutto prowadzone w formie zapytania ofertowego (szacowanie wartości zamówienia, rozeznanie rynku). Rozeznanie rynku prowadzone było zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 1 ustawy Prawo zamówień publicznych z dnia 11 września 2019 r. (tj. Dz. U. z 2024 r. poz. 1320.) i finansowane ze środków budżetu państwa.

Pragnę podkreślić, iż Krajowa Rada BRD, Sekretariat Krajowej Rady BRD na realizację kampanii informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych i reklamowych w latach 2016-2023 przeznaczyła 77 807 469,94 zł brutto, środków krajowych i europejskich, co przekłada się na średnioroczny koszt w wysokości 9 725 933,7425 zł brutto (w latach 2024-2025 było to średnio 3 573 362,5 zł brutto rocznie).

Ministerstwo Infrastruktury nie posiada natomiast danych o umowach zawieranych przez jednostki podległe i nadzorowane. Jednostki te posiadają samodzielny budżet oraz autonomię w podejmowaniu decyzji dotyczących wydatków. Ponadto uprzejmie informuję, że Minister Infrastruktury nie kieruje polityką informacyjną i promocyjną nadzorowanych instytucji i innych podmiotów – zgodnie ze stosownymi przepisami prawa, leży to w kompetencjach dyrektorów tych instytucji i zarządów spółek.

Łączę wyrazy szacunku

Dokument podpisany elektronicznie przez:

z upoważnienia Ministra Infrastruktury
Piotr Malepszak
Podsekretarz Stanu