



Warszawa, 19 stycznia 2016 r.

Minister Skarbu Państwa

BM.0730.445.2015

Pan  
**Marek Kuchciński**  
Marszałek Sejmu  
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

W odpowiedzi na zapytanie nr 25 Pana Posła Andrzeja Maciejewskiego, w sprawie wydatków na reklamę spółek Skarbu Państwa w latach 2007-2015, Minister Skarbu Państwa przekazuje informacje, w zakresie zadanych pytań.

- 1. Jakie wydatki spółki Skarbu Państwa poniosły w latach 2007-2015 na reklamę w mediach publicznych i prywatnych ze szczególnym rozbiem na: TV, radio, prasę i internet ze szczególnym wskazaniem nazw mediów?*

We wskazanym przez Pana Posła okresie wydatki na reklamę poniosło 148 spółek nadzorowanych przez Ministra Skarbu Państwa, w tym 101 jednoosobowych i z większościovym udziałem Skarbu Państwa, 35 spółek z mniejszościowym udziałem Skarbu Państwa oraz 12 spółek publicznych.

Ogółem wydatki, które ponosiły spółki z udziałem Skarbu Państwa nadzorowane przez MSP, na reklamę w mediach publicznych i prywatnych, z uwzględnieniem w szczególności takich kanałów reklamowych jak: telewizja, radio, prasa, internet oraz innych działań w ramach łączenia wyszczególnionych wcześniej kanałów, wyniosły łącznie za lata 2007-2015 356 608 295,72 zł.

Wydatki na reklamę w mediach publicznych łącznie za lata 2007-2015 zamknęły się kwotą 45 696 337,82 zł, przy czym w rozbiu na poszczególne rodzaje kanałów reklamowych w obszarze środków masowego przekazu wydatki kształtowały się następująco:

- telewizja – kwota 34 885 930,20 zł,
- radio – kwota 7 893 453,26 zł,
- prasa – kwota 426 714,25 zł,
- internet – kwota 177 225,72 zł,
- inne – kwota 2 313 014,39 zł.

Wydatki na reklamę w mediach prywatnych łącznie za lata 2007-2015 zamknęły się kwotą 310 911 957,90 zł, przy czym w rozbiu na poszczególne rodzaje kanałów reklamowych w obszarze środków masowego przekazu wydatki kształtowały się następująco:

- telewizja – kwota 55 871 624,95 zł,
- radio – kwota 10 241 931,68 zł,
- prasa – kwota 69 096 341,67 zł,
- internet – kwota 23 877 543,85 zł,

- inne – kwota 151 824 515,75 zł.

Dodatkowo na kanały reklamowe, takie jak: billboardy, przesyłki pocztowe, reklamę tranzytową (w środkach komunikacji), reklamę mobilną (np. przyczepy reklamowe), ulotki etc. wydatkowano kwotę ok. 74 mln zł.

Największych 20 reklamobiorców zrealizowało zlecenia reklamowe na kwotę 249 798 294,24 zł łącznie za lata 2007-2015, przy czym wg wartości kwot malejących zestawienie kształtuje się następująco:

- |   |                           |
|---|---------------------------|
| • TVP S.A.                                | – kwota 35 284 518,95 zł, |
| • MAXUS - WARSZAWA Sp. z o.o.             | – kwota 29 106 699,27 zł, |
| • Zenith Optimedia Group Sp. z o.o.       | – kwota 23 707 623,52 zł, |
| • TVN S.A.                                | – kwota 21 855 555,16 zł, |
| • Agora S.A.                              | – kwota 17 128 427,13 zł, |
| • REPRIZE MEDIA Sp. z o.o.                | – kwota 11 811 141,00 zł, |
| • Telewizja Polsat Holdings Sp. z o.o.    | – kwota 10 869 215,72 zł, |
| • Grupa Codex. Jędrzejewski W.            | – kwota 10 860 410,39 zł, |
| • EQUINOX POLSKA Sp. z o.o.               | – kwota 10 693 131,01 zł, |
| • GRUPA RMF Sp.z o.o.                     | – kwota 10 079 595,50 zł, |
| • Grupa Onet.pl S.A.                      | – kwota 9 066 642,92 zł,  |
| • Polskie Radio S.A.                      | – kwota 8 561 481,63 zł,  |
| • Dom mediowy OMD                         | – kwota 8 062 475,79 zł,  |
| • GUIDELINE Sp. z o.o.                    | – kwota 7 663 166,76 zł,  |
| • Eurozet Sp. z o.o.                      | – kwota 7 550 022,51 zł,  |
| • Radio Zet Sp. z o.o.                    | – kwota 6 185 565,22 zł,  |
| • Polska Press Sp. z o.o.                 | – kwota 6 181 256,70 zł,  |
| • PM Sp. z o.o.                           | – kwota 5 534 197,00 zł,  |
| • Google Ireland Limited                  | – kwota 5 147 661,22 zł,  |
| • Gremi Business Communication Sp. z o.o. | – kwota 4 449 506,84 zł.  |

W uzupełnieniu informuję, iż danych nie pozyskano z 7 spółek z mniejszościowym udziałem Skarbu Państwa. Poza tym 7 spółek publicznych odmówiło udzielenia informacji lub przestało dane w niepełnym zakresie, podnosząc że obowiązują je regulacje i zasady udzielania informacji w rozumieniu art. 154 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi. W myśl tych zasad, spółki raportują na bieżąco wszelkie istotne zdarzenia i dane zgodnie z obowiązującymi przepisami. Informacje są przekazywane do wiadomości publicznej i są dostępne dla wszystkich akcjonariuszy. Mając na uwadze powyższe uwarunkowania oraz fakt, że spółki publiczne wiążą prawnie zapisane w umowach z kontrahentami (reklamobiorcami) klauzule o zachowaniu poufności, spółki nie zadośćuczyniły wnioskowi. Informacji nie udzielił również Bank Gospodarstwa Krajowego, podnosząc że stosuje procedury ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych oraz Totalizator Sportowy S.A., powołując się na poufny charakter tych informacji.

2. *W jakiej wysokości spółki Skarbu Państwa ponosiły wydatki na finansowanie akcji społecznych oraz sponsoring polskiego sportu i kultury w latach 2007-2015.*

Analizie poddano tę samą grupę spółek, która została opisana w odpowiedzi na pytanie 1.

Ogółem wydatki, które ponosiły spółki z udziałem Skarbu Państwa nadzorowane przez MSP na finansowanie akcji społecznych oraz sponsoring sportu i kultury wyniosły łącznie 1 388 739 504,65 zł za lata 2007-2015, przy czym w rozbiciu na poszczególne rodzaje działań sponsoringowych wydatki kształtowały się następująco:

- akcje społeczne – kwota 208 444 053,48 zł,
- sponsoring sportu – kwota 1 035 879 606,11 zł,
- sponsoring kultury – kwota 144 415 845,06 zł.

Z wyrazami szacunku,

z upoważnienia  
**Ministra Skarbu Państwa**  
(podpisano elektronicznie)