Warszawa, lutego 2021 r.

**Pan Tomasz Jasnoch**

**Zastępca Dyrektora**

**Departament Spraw Parlamentarnych**

**Dotyczy**: drugiego pisma D. Jońskiego i M. Szczerby ws. kampanii informacyjnej dot. szczepień z 22 lutego 2021 r. (w szczególności kwot i zakresu umów z poszczególnymi podmiotami)

*Szanowny Panie Dyrektorze,*

w odpowiedzi na skierowane do Prezesa Rady Ministrów pismo z 22 lutego 2021 r., przedstawiam dalsze wyjaśnienia w stosunku do odpowiedzi udzielonej przez podsekretarza stanu Jarosława Wenderlicha (pismo DSP.INT.4516.34.2021) posłom D. Jońskiemu i M. Szczerbie.

W Narodowym Programie Szczepień, przyjętym przez rząd w grudniu ubiegłego roku, wskazano, że konieczna jest szeroka kampania informacyjna zwiększająca świadomość Polaków odnośnie szczepień przeciw COVID-19. Żeby osiągnąć ten cel, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów zaplanowała wielomiesięczną kampanię informacyjną pod hasłem #SzczepimySię.

Kampania okazała się skuteczna – już widać jej pierwsze wymierne i bardzo zadawalające efekty – wyraźnie rosnący odsetek Polaków, którzy deklarują chęć zaszczepienia się przeciwko COVID-19. W badaniu United Survey dla DGP i RMF FM liczba chętnych do szczepień wzrosła w ciągu 3 miesięcy o ponad 30 pp. i osiągnęła poziom 75 proc.

Taki efekt uzyskany w tak szybkim czasie nie byłby możliwy, gdyby nie współpraca Kancelarii Prezesa Rady Ministrów z profesjonalnymi podmiotami, które dysponują odpowiednim doświadczeniem, wiedzą i narzędziami do realizacji szeroko zakrojonej kampanii skierowanej do ogółu społeczeństwa.

Poniżej przekazujemy uzupełniające informacje do odpowiedzi przesłanej posłom D. Jońskiemu i M. Szczerbie w piśmie o sygn. DSP.INT.4516.34.2021, które dotyczą kwot i zakresu umów zawartych między KPRM a poszczególnymi podmiotami.

Umowa zawarta z Interprima Sp. z o.o. Spółka Komandytowa. Zakres tej umowy to obsługa w Internecie kampanii reklamowej dot. Narodowego Programu Szczepień Przeciw COVID-19, prowadzonej przez Kancelarię Prezesa Rady Ministrów. Kampanie reklamowe obejmują następujący zakup reklam: w serwisie Facebook – Aktualności i Facebook Stories; w serwisie Twitter – Tweety i Trendy, w serwisie Instagram – Aktualności i Instagram Stories, w serwisie YouTube - In-Video i TrueView in-stream, w serwisie Linkedin – Aktualności, Google Display Network. Kwota umowy opiewa na 4978800,15 zł brutto.

Umowa zawarta z Cityboard Media Sp. z o. o. obejmuje prezentację materiałów reklamowych na oświetlonych ekranach nośników reklamowych o formacie 6x3 m (137 tablic reklamowych). Koszt umowy to 248521,50 zł brutto.

Umowa zawarta z Supersigns Polska Sp. z o. o. Jej zakres to prezentacja materiałów reklamowych na oświetlonych ekranach nośników reklamowych o formacie 12x3 m (25 tablic reklamowych), a także prezentacja materiałów reklamowych na oświetlonych ekranach nośników reklamowych o formacie 12x3 m (33 tablic reklamowych). Kwota, na którą opiewa umowa, wynosi 341263,50 zł brutto.

Umowa z Ströer Media Sp. z o. o. Umowa obejmuje prezentację materiałów reklamowych na oświetlonych ekranach nośników reklamowych o formacie 12x3 m (17 tablic reklamowych), a także prezentację materiałów reklamowych na oświetlonych ekranach nośników reklamowych o formacie 12x4 m (27 tablic). Kwota umowy to 249999,66 zł brutto.

Umowa z Polskim Radiem S.A. Umowa obejmuje zakup czasu antenowego na potrzeby emisji 15 sek. i 30 sek. spotów społecznych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki na COVID-19. W ramach umowy przewidziano 2428 emisji spotów (emisja wciąż trwa), a koszt umowy to 1500000,00 zł brutto.

Umowa z Radio Muzyka Fakty Grupa RMF. Zakres tej umowy obejmuje zakup czasu antenowego na potrzeby emisji 15 sek. i 30 sek. spotów społecznych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki na COVID-19. W ramach umowy przewidziano emisję 18 444 spotów. Emisja wciąż trwa, a koszt umowy wynosi 3000000,00 zł brutto.

Umowa z Time S.A. Na zakres tej umowy składa się zakup czasu antenowego na potrzeby emisji 15 sek. i 30 sek. spotów społecznych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki na COVID-19, także przeprowadzenie kampanii społecznej na portalach Grupy ZPR Media. Umowa na emisję 14 235 spotów (która wciąż trwa) opiewa na 1300000,00 zł brutto.

Umowa z firmą PRODUCTION SERVICES POLAND Sp. z o. o. Jej zakres obejmuje produkcję 1 spotu audiowizualnego o czasie trwania 30 s., 4 spotów audiowizualnych o czasie trwania 15 s., przeprowadzenie sesji zdjęciowej z nagrań spotów. Koszt realizacji umowy to 1782274,43 zł brutto.

Umowa z Telewizją Polską S.A. obejmuje takie działania jak emisja w programach VOD 15 sek. spotów informacyjnych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19 o łącznym zasięgu 900 000 PV w usłudze TVP VOD; przeprowadzenie kampanii informacyjnej polegającej na emisji 15 sek. i 30 sek. spotów informacyjnych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19 w programach TVP1, TVP2, TVP Info (783 emisji spotów – można je wciąż zobaczyć w telewizji); emisja w programach VOD 15 sek. i 30 sek. spotów informacyjnych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19 o łącznym zasięgu 6 500 000 PV (spot 30 s. – 2 600 000 PV, spot 15 s. – 3 900 000 PV) w usłudze TVP VOD. Kosz realizacji tych działań wynosi 1727956,82 zł brutto.

Umowa z Polsat Media Biuro Reklamy. Zakres działań obejmuje emisję 15 sek. spotów społecznych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19, w formacie Video pre/mid-roll 15"; miejsce emisji: RON bez kids; capping3/tydzień; liczba odsłon: 1 328 876 PV; zakup czasu antenowego na potrzeby emisji 15 sek. i 30 sek. spotów społecznych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym Szczepionki przeciwko COVID-19 (389 emisji, która wciąż trwa); emisję 15 sek. i 30 sek. spotów społecznych na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19 w formacie: pre/mid-roll 15",30"; miejsce emisji: RON bez kids; capping3/tydzień; liczba odsłon: 3 231 422 PV. Koszt tych działań to 2574761,33 zł brutto.

Umowa z Braughman Group Media Sp. z o.o. Sp. k. W jej zakres wchodzi wynajęcie powierzchni reklamowych na Nośnikach w postaci ścian budynków oraz namalowanie wielkoformatowych malowideł ściennych (murali), namalowanie i ekspozycja 6 murali. Kwota umowy opiewa na 524734,00 zł brutto.

Umowa z Prografix Sp. z o.o. Obejmuje usługę przygotowania i przekazania Poczcie Polskiej do nadania pakietów z drukami bezadresowymi w formie 14 812 000 szt. ulotek 4+4, format DL. Jej koszt to 1767366,00 zł brutto.

Umowa z Screen Network Spółka Akcyjna. W jej zakres wchodzi przeprowadzenie kampanii społecznej nt. zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19 w postaci emisji spotów 15 s. w sieci ekranów LED. Kwota umowy to 400000,00 zł brutto.

Umowa z Telewizją Republika. Zakres tej umowy obejmuje zakup czasu antenowego na potrzeby emisji 15 sek. i 30 sek. spotów społecznego na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym Szczepionki przeciwko COVID-19. Koszt działań obejmuje emisję 661 spotów (emisja wciąż trwa) i wynosi 200000,00 zł brutto.

Umowa z Fundacją Lux Veritatis. W jej zakres wchodzi zakup czasu antenowego na potrzeby emisji 15 sek. i 30 sek. spotów społecznego na temat zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym Szczepionki przeciwko COVID-19. Umowa obejmuje emisję 270 spotów i opiewa na 400000,00 zł brutto. Emisja wciąż trwa.

Umowa z Fratria sp. z o.o. Zakres umowy obejmuje: przeprowadzenie kampanii społecznej nt. zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19 (w tym nt. szczepionki przeciwko COVID-19) oraz innych chorób zakaźnych oraz wywoływanych nimi sytuacji kryzysowych, w programie telewizyjnym „Telewizja wPolsce.pl” (emisja 919 spotów, która wciąż trwa), na portalach www.wPolityce.pl i [www.wGospodarce.pl.Koszt](http://www.wGospodarce.pl.Koszt) realizacji tych działań to 400000,00 zł brutto.

Umowa z Wirtualna Polska Media S.A. Zakres obejmuje przeprowadzenie kampanii społecznej nt. zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19, na portalach Wp.pl. A koszt umowy to 200000,00 zł brutto

Umowa z Niezależnym Wydawnictwem Polskim Sp. z o. o. Zakres umowy to przeprowadzenie kampanii społecznej nt. zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19, na stronach internetowych portalu niezależna.pl. Kwota umowy wynosi 200000,00 zł brutto.

Umowa z Mini Media S.A. Zakres umowy obejmuje prezentację materiałów reklamowych na oświetlonych ekranach nośników reklamowy o formacie 252x119 cm (243 minitablice). Realizacja umowy to koszt 97200,00 zł brutto.

Umowa z Fundacją Instytut Nowych Mediów. W jej zakres wchodzi przeprowadzenie kampanii społecznej nt. zapobiegania, przeciwdziałania i zwalczania COVID-19, w tym szczepionki przeciwko COVID-19, na portalach [www.wszystkoconajwazniejsze.pl](http://www.wszystkoconajwazniejsze.pl) i [www.najwazniejsze24.pl](http://www.najwazniejsze24.pl). Koszt realizacji tych działań wynosi 100000,00 zł brutto.

Umowa z Pocztą Polską S.A. W jej zakres wchodzi zapewnienie dostarczenia 14 812 000 sztuk druków bezadresowych, przygotowanych przez Zamawiającego, do punktów doręczeń zlokalizowanych na terenie całego kraju. Kwota umowy to 3112318,20 zł brutto.

Umowa z Wojskowymi Zakładami Kartograficznymi S. A. Zakres umowy obejmuje druk ulotek w ilości 10 650 976 sztuk – format A4 (210x297mm) falcowanych do formatu DL (210x100); druk plakatów w ilości 316 467 sztuk – format A3 (297x420mm) (łącznie pkt 1-2 jako: „Dzieło”); dostawę ulotek i plakatów do wskazanych przez Zamawiającego miejsc dystrybucji. Koszt realizacji wynosi 1564964,52 zł brutto.

Zlecenie BG Sp. z o.o. Sp.K. Koszulkowo.pl obejmuje dostawę 1000 szt. koszulek z nadrukiem #SzczepimySię. Koszt tych działań to 16346,70 zł brutto.

Umowa z COAR. Jej zakres to wykonanie druku nalepek samoprzylepnych w ilości 400 000 sztuk; druku ramek społecznościowych w ilości 425 sztuk, druku ulotek według wzoru ustalonego z KPRM w ilości 10 000 sztuk. Koszt realizacji tych działań wynosi: 76260,00 zł brutto.

Z poważaniem