



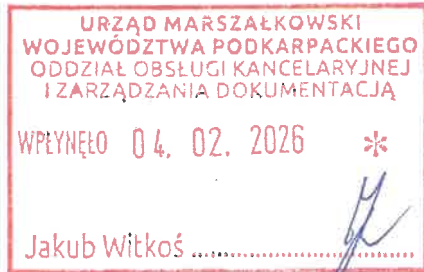
MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO
Władysław Ortyl

ZWROTNE POTWIERDZENIE ODBIORU

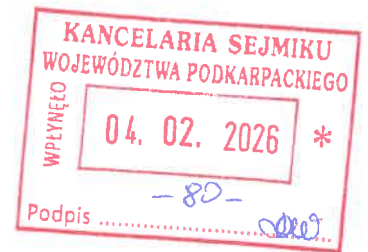
JKK
04.02.26
@

Rzeszów, 2026-02-04

PG-I.0003.1.2026.WR



Pan
Krzysztof Kłak
Radny
Województwa Podkarpackiego



W odpowiedzi na złożoną interpelację z dnia 22 stycznia 2026 r. w sprawie dotyczącej m.in. ZEN COM EXPO Centrum Wystawienniczo-Kongresowe Województwa Podkarpackiego, poniżej przedstawiam następujące wyjaśnienia:

1/ Czy Marszałek i Zarząd Województwa, zawierając porozumienie z Telewizją Republika, brali pod uwagę interes województwa w zakresie wizerunku, bezpieczeństwa i ochrony prestiżu instytucji publicznej? W odpowiedzi na interpelację z 19 grudnia 2025 r. wskazano, że porozumienie nie musiało zawierać zapisów dotyczących sponsorów i partnerów, a wiedza o nich „nie była konieczna do realizacji żadnego obowiązku województwa”. Takie stanowisko sprowadza problem do zagadnienia czysto cywilnoprawnego, czego przyjąć nie sposób - samorząd województwa jest podmiotem publicznoprawnym, a Marszałek działa nie w swoim imieniu, jak prezes spółki, lecz w imieniu wszystkich mieszkańców Podkarpacia. Jak można uznać za działanie w dobrej wierze sytuację, w której samorząd finansuje wydarzenie w obiekcie publicznym, a jednocześnie twierdzi, że nie miał obowiązku interesować się tym, kto jest partnerem i sponsorem? Czy nie jest to sprzeczne z zasadami należytej staranności w gospodarowaniu majątkiem publicznym i ochronie wizerunku województwa?

Dobro oraz interes Województwa Podkarpackiego są podstawą wszelkich działań podejmowanych przez Zarząd Województwa Podkarpackiego. Zgodnie z tymi zasadami potraktowana została również kwestia porozumienia zawartego z Telewizją Republika. Stacja ta, jako pełnoprawny podmiot na polskim rynku mediowym, jest w takim samym stopniu, jak pozostałe działające stacje telewizyjne, uprawniona do podejmowania współpracy z samorządami różnych szczebli. Wskazując zaś proces zawarcia Porozumienia z TV Republika, jak i realizacji jego zapisów, należy podkreślić, że została w pełni zachowana staranność w gospodarowaniu majątkiem publicznym, jak i dbałość o ochronę wizerunku województwa.

2/ Proszę o wyjaśnienie, jakie były przesłanki przekazania zarządu nad CWK podmiotowi prywatnemu w trybie koncesji oraz czy w dokumentach i analizach poprzedzających tę decyzję rozważano wpływ takiego rozwiązania na możliwość sprawowania kontroli przez Zarząd Województwa nad działaniami w obiekcie publicznym. W kontekście obecnych realiów korzystania z nieruchomości proszę o wskazanie, czy władze województwa przewidywały, że taki model zarządzania może skutkować przeniesieniem odpowiedzialności za kwestie wizerunkowe i organizacyjne na podmioty prywatne, co w praktyce ogranicza bezpośrednią odpowiedzialność Marszałka. Obecny stan rzeczy sprawia wrażenie, że celem było zdjęcie z Marszałka wizerunkowych kosztów działań, które nie licują z powagą podmiotu publicznoprawnego. Proszę również o udostępnienie pełnej treści Umowy koncesji z dnia 29 kwietnia 2016 r. wraz ze wszystkimi nieudostępnionymi dotychczas aneksami oraz wszystkich uchwał i decyzji Zarządu Województwa odnoszących się do wtórnych stosunków prawnych (np. zgody na nadanie praw marketingowych Zen.com). Skoro Zarząd podejmował uchwały w tych sprawach, proszę o przedstawienie pełnej dokumentacji potwierdzającej zakres jego udziału w procesie decyzyjnym. W szczególności, w jakim trybie została podjęta uchwała nr 62/1520/24 z dnia 20 grudnia 2024 r.? Czy była poprzedzona analizą prawną i opinią służb odpowiedzialnych za bezpieczeństwo? Jakie przesłanki uzasadniały konieczność podjęcia uchwały w tej sprawie?

Zgodnie z zapisami wniosku o dofinansowanie realizacji projektu pn. „Budowa Centrum Wystawienniczo-Kongresowego Województwa Podkarpackiego”, złożonego do Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu 12 września 2012 r. w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej na lata 2007-2013, w pkt. D. Charakterystyka projektu ppkt. 9. Trwałość projektu (instytucjonalna, finansowa, organizacyjna) – Utrzymanie rezultatów projektu: „Wybudowany obiekt Centrum Wystawienniczo – Kongresowego będzie własnością samorządu Województwa Podkarpackiego, który z tego tytułu zobowiązany zostanie do utrzymania trwałości rezultatów projektu w ciągu 5 lat od czasu jego zakończenia. Zgodnie z koncepcją zarządzania Beneficjent wyłoni podmiot nowopowstały lub istniejący (operatora), który odpowiedzialny będzie za zarządzanie projektem po realizacji inwestycji. Podmiot zostanie wyłoniony zgodnie z ustawą Prawo Zamówień Publicznych”. Zarząd Województwa Podkarpackiego zawarł 9 lipca 2014 r. umowę Nr OR-IV.273.1.34.2014 z SWS Kancelarią Prawną Strykowski Wachowiak Sp.k. na obsługę prawną w przedmiocie przygotowania i przeprowadzenia jednego postępowania mającego na celu dokonanie wyboru operatora Centrum Wystawienniczo-Kongresowego Województwa Podkarpackiego, sporządzenia analizy prawnej wskazującej możliwe tryby wyboru operatora i przygotowania dokumentów o charakterze prawnym potrzebnych w celu wszczęcia postępowania. Kancelaria SWS zaprezentowała cztery prawnie dopuszczalne koncepcje wyboru operatora Centrum, oparte na przepisach prawa zamówień publicznych, ustawie o partnerstwie publiczno-prywatnym, ustawie o koncesji, kodeksu cywilnego oraz ustawie o gospodarowaniu nieruchomościami (umowa dzierżawy). Zgodnie z rekomendacją SWS Kancelaria Prawną Strykowski Wachowiak Sp.k.: „W świetle przyjętych założeń, najbardziej korzystnym dla Województwa Podkarpackiego rozwiązaniem w ocenie Kancelarii SWS będzie wyłonienie operatora Centrum w oparciu o ustawę o koncesji. Na podstawie dokonanej analizy, koncepcja wyboru operatora w trybie prawa zamówień publicznych okazała się najmniej korzystna. Decydującą okolicznością był brak „odpłatnego” charakteru planowanej umowy i tym samym niespełnienie podstawowej przesłanki zamówienia publicznego definiowanej w przepisach Ustawy Prawo zamówień publicznych (art. 2 pkt.13 pzp).” Zgodnie z zapisami § 19 Umowy koncesji, Koncesjodawca w przypadku wystąpienia wniosku o przekazanie Umowy koncesji z 29 kwietnia 2016 r. stronie trzeciej, każdorazowo jest zobowiązany zwrócić się o wyrażenie zgody do Koncesjonariusza. W związku

z powyższym, w dniu 27 stycznia 2026 r. wystąpiono z ww. wnioskiem.

W odpowiedzi z dnia 28 stycznia 2026 r. Koncesjonariusz oświadczył, że nie wyraża zgody na udostępnienie jakiegokolwiek części treści Umowy koncesji wraz z jej aneksami.

Zgodnie z uzasadnieniem do projektu uchwały w sprawie wyrażenia zgody na pozyskanie przez CWK Operator Sp. z o.o. sponsora generalnego Centrum Wystawienniczo-Kongresowego Województwa Podkarpackiego Zarząd Województwa Podkarpackiego dysponował wiedzą nt. zgłoszonego przez Koncesjonariusza wniosku odnośnie zmiany sponsora tytularnego, jego nazwy, typu działalności prowadzonej przez firmę ZEN.COM, jak również pozytywnej opinii Departamentu Promocji i Turystyki - na bazie opinii innych Departamentów UMWP zaangażowanych w realizację Umowy koncesji. Uchwała ZWP nr 62/1520/24 z dnia 20 grudnia 2024 r. w sprawie wyrażenia zgody na pozyskanie przez CWK Operator Sp. z o.o. sponsora generalnego Centrum Wystawienniczo-Kongresowego Województwa Podkarpackiego została podjęta w trybie zwyczajnym, na posiedzeniu Zarządu Województwa Podkarpackiego. Zgodnie z zapisami Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego w Rzeszowie do zadań Departamentu Organizacyjno-Prawnego należy m.in.: świadczenie pomocy prawnej Sejmikowi, Zarządowi, Marszałkowi oraz poszczególnym departamentom, a w szczególności opiniowanie pod względem prawnym i redakcyjnym projektów uchwał Sejmiku i Zarządu oraz aktów normatywnych wydawanych przez Marszałka. W związku z powyższym, informuję że ww. Uchwała była poprzedzona analizą prawną, natomiast Zarząd Województwa Podkarpackiego nie ma obowiązku kierowania własnych aktów normatywnych do wydania opinii przez służby odpowiedzialne za bezpieczeństwo. Odnośnie przesłanek uzasadniających konieczność podjęcia uchwały w niniejszej sprawie, należy przywołać § 3 ust. 2 pkt 1 lit. k Umowy koncesji z 29 kwietnia 2016 r., wskazujący, że do podstawowych zobowiązań Koncesjonariusza należy „zarządzanie prawami do pozyskania sponsora generalnego obiektu, tzw. Naming Rights po uzyskaniu zgody Koncesjodawcy”. Ponadto, Obiekt CWK od 2019 r. posiadał innego sponsora tytularnego – firmę G2A Sp. z o.o. i w związku ze zbliżającym się zakończeniem umowy z dotychczasowym sponsorem tytularnym, Koncesjonariusz, chcąc zachować ciągłość w tym zakresie wystąpił do

Koncesjodawcy z wnioskiem o wyrażenie przez Zarząd Województwa zgody na zmianę.

3/ Czy zasłanianie się zasadą swobody umów w relacjach z Telewizją Republika nie prowadzi do sytuacji, w której podmioty prywatne zarządzają wizerunkiem i prestiżem instytucji publicznej, a samorząd „umywa ręce”? Czy nie jest to działanie sprzeczne z interesem publicznym, zwłaszcza gdy partnerem wydarzenia była giełda kryptowalut, co zostało ujawnione dopiero po fakcie?

Jedynym organem uprawnionym do zarządzania wizerunkiem regionu jest Zarząd Województwa Podkarpackiego, który realizuje te działania poprzez odpowiednie departamenty Urzędu Marszałkowskiego. Zawierane umowy nie cedują tych uprawnień na podmioty trzecie, które realizują zlecane działania promocyjne województwa w ramach wydarzeń organizowanych przez siebie lub przez Województwo Podkarpackie, w ramach ustalonych katalogów zadań.

4/ W odpowiedzi na poprzednią interpelację wskazano, że Pełnomocnik ds. bezpieczeństwa nie jest właściwy do oceny ryzyk związanych z wydarzeniami w CWK. Czy nie jest to sprzeczne z treścią zarządzenia o jego ustanowieniu? Zgodnie z § 2 ust. 1 zarządzenia Marszałka Województwa w sprawie powołania Pełnomocnika ds. bezpieczeństwa, do jego zadań należy m.in. koordynowanie działań związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa infrastruktury województwa oraz analizowanie zagrożeń dla bezpieczeństwa publicznego w obszarze kompetencji samorządu”. Ponadto § 3 pkt 4 stanowi, że Pełnomocnik, opracowuje rekomendacje dotyczące minimalizacji ryzyk w zakresie bezpieczeństwa fizycznego i informacyjnego w związku z wydarzeniami organizowanymi w obiektach województwa”. Czy w świetle tych zapisów można uznać, że Pełnomocnik nie powinien zajmować się uwarunkowaniami opisanymi na wstępie, które dotyczą bezpieczeństwa państwa, wizerunku województwa i ryzyk związanych z obecnością podmiotów z rynku kryptowalut? Innymi słowy, jaki był sens powoływania takiego pełnomocnika, skoro miał się on okazywać bezużyteczny przy tak doniosłych

zagadnieniach? Jakie stosunki prawne dokładnie łączą samorząd województwa z osobą pełnomocnika? Proszę o dokumenty.

Składający interpelację powołuje się w pytaniu i cytuje treści, które nie mają faktycznego odzwierciedlenia w treści Zarządzenia Nr 63/2024 Marszałka Województwa Podkarpackiego z dnia 26 sierpnia 2024 r. w sprawie powołania pełnomocnika Marszałka Województwa Podkarpackiego do spraw bezpieczeństwa. Mając powyższe na uwadze, odpowiedź na tak sformułowane pytanie należy uznać za niezasadne. Z Pełnomocnikiem Marszałka Województwa Podkarpackiego do spraw bezpieczeństwa została zawarta umowa cywilno-prawna.

5/ Czy przed wyrażeniem zgody na powiązanie obiektu CWK z marką Zen.com przeprowadzono analizę ryzyka reputacyjnego i bezpieczeństwa, w tym konsultacje z Pełnomocnikiem ds. bezpieczeństwa oraz służbami państwowymi (ABW, KNF)? Czy w procesie zawierania Aneksu nr 6 uruchomiono procedury weryfikacji podmiotu Zen.com pod kątem zgodności z regulacjami AML/CFT oraz ryzyka wykorzystania infrastruktury publicznej do działań mogących naruszać bezpieczeństwo państwa?

Zadania Pełnomocnika Marszałka Województwa Podkarpackiego do spraw bezpieczeństwa zostały określone w stosownym zarządzeniu oraz umowie. W dokumentach tych nie figurują zapisy mówiące o „przeprowadzaniu analizy ryzyka reputacyjnego i bezpieczeństwa” czy konsultacji ze służbami państwowymi (ABW, KNF) czy nakładający obowiązek uruchamiania procedury weryfikacji podmiotów zewnętrznych/prywatnych pod kątem zgodności z regulacjami AML/CFT. Odnośnie analizy ryzyka reputacyjnego, Departament Promocji i Turystyki zwrócił się do Departamentów zaangażowanych w realizację Umowy koncesji o wydanie opinii w zakresie możliwości zmiany Naming Rights, jej zasadności z punktu widzenia właściciela Obiektu, jak również ewentualnych zagrożeń z tym związanych. Zgodnie z treścią wniosku CWK Operator Sp. z o.o. dotychczasowa nazwa tytułarna G2A Arena miałyby zostać zastąpiona przez ZEN.COM EXPO. Zarząd Województwa Podkarpackiego nie posiada kompetencji w zakresie weryfikacji podmiotu ZEN.COM

pod kątem zgodności z regulacjami AML/CFT, zaś wszelką wiedzę w tym zakresie posiada krajowy regulator – Komisja Nadzoru Finansowego.

Zarząd Województwa nie dostrzega korelacji pomiędzy nadaniem/zmianą praw dotyczących Naming Rights dla Obiektu CWK, a wpływem na zwiększenie ryzyka wykorzystania infrastruktury publicznej do działań mogących naruszać bezpieczeństwo państwa.

6/ Jak Zarząd Województwa uzasadnia zgodność działań polegających na przekazaniu praw marketingowych prywatnemu podmiotowi z deklarowanymi celami budowy CWK, jako inwestycji publicznej? Czy rozważano alternatywne modele zarządzania, które zapewniałyby większą kontrolę samorządu nad wizerunkiem obiektu?

Należy podkreślić, że nadrzędnym celem budowy Centrum było stworzenie nowoczesnego „narzędzia” stymulującego rozwój gospodarczy regionu oraz promocja inteligentnych specjalizacji Podkarpacia. Obiekt Centrum Wystawienniczo-Kongresowego Województwa Podkarpackiego ma stwarzać warunki dla dynamicznego rozwoju turystyki kongresowej i targowej. Jest to miejsce, które ma służyć organizacji profesjonalnych targów, kongresów i konferencji. Obiekt ma funkcjonować też jako centrum transferu wiedzy i technologii i stanowić ponadregionalny ośrodek szkoleniowy oraz źródło wiedzy gospodarczej i ekonomicznej. Dla realizacji powyższych celów Województwo Podkarpackie udzieliło CWK Operator Sp. z o.o. koncesji na usługi polegające na organizacji imprez i zarządzaniu Centrum Wystawienniczo-Kongresowym Województwa Podkarpackiego. Również przekazanie praw marketingowych podmiotowi prywatnemu nie tylko nie stoi w sprzeczności z tymi założeniami, ale stanowi kluczowy element strategii ich efektywnej realizacji. Cel promocyjny Centrum jest realizowany skuteczniej, gdy obiekt kojarzony jest z silną, rozpoznawalną marką (wcześniej G2A, a obecnie ZEN.COM). Partner prywatny, inwestując w Naming Rights, staje się naturalnym ambasadorem obiektu, korzystając ze swoich rozległych kontaktów biznesowych buduje prestiż inwestycji na arenie międzynarodowej. Takie działanie zwiększa szansę na przyciągnięcie do Obiektu CWK kluczowych wydarzeń

o charakterze biznesowym i naukowym, co również było fundamentem koncepcji budowy Obiektu CWK. Jednocześnie Województwo Podkarpackie zachowuje pełną kontrolę strategiczną nad obiektem i realizacją jego misji publicznej. Komerccjalizacja praw do nazwy jest standardowym i powszechnie stosowanym na świecie narzędziem zarządczym (stosowanym m.in. przy stadionach narodowych czy innych centrach tego typu w największych metropoliach). Pozwala ona na przeniesienie ryzyka rynkowego na profesjonalnego operatora, przy jednoczesnym zabezpieczeniu interesu publicznego poprzez odpowiednie zapisy umowne. Współpraca z podmiotem prywatnym w obszarze marketingu wymusza utrzymanie obiektu w najwyższym standardzie technicznym i wizualnym (Value for Money). Partner prywatny, dbając o wizerunek własnej marki eksponowanej na obiekcie, staje się dodatkowym gwarantem jakości usług świadczonych w Centrum, co bezpośrednio służy mieszkańcom i przedsiębiorcom korzystającym z infrastruktury CWK.

Podsumowując, działania Zarządu Województwa w zakresie komercjalizacji praw do nazwy są wyrazem nowoczesnego i odpowiedzialnego zarządzania mieniem publicznym. Pozwalają one na pełną realizację celów statutowych inwestycji przy jednoczesnej optymalizacji wydatków budżetowych, co w dobie dynamicznych zmian gospodarczych jest działaniem nie tylko uzasadnionym, ale i niezbędnym.

7/ Jak Zarząd Województwa odnosi się do informacji przedstawionych w zw. z tajnym posiedzeniu Sejmu z dnia 5 grudnia 2025 r., dotyczących ryzyk związanych z finansowaniem wydarzeń publicznych przez podmioty z rynku kryptowalut? Czy podjęto działania naprawcze lub kontrolne w związku z tymi informacjami?

Województwo Podkarpackie nie posiada wiedzy dotyczącej szczegółów tajnej części posiedzenia Sejmu z dnia 5 grudnia 2025 r. Z relacji prasowych wynika, że informacje przedstawione podczas tego posiedzenia nie są publicznie udostępniane ze względu na ich charakter.

8/ Jak wynika z odpowiedzi na interpelację z dnia 16 grudnia 2025 r., w której zadano pytanie o formalny wymiar partnerstwa strategicznego Województwa

Podkarpackiego w wydarzeniu „Kanał Zero Meetup”, marszałek wyjaśnił, że współpraca miała charakter umowy cywilnoprawnej zawartej 12 grudnia 2025 r. ze spółką Zen.com, dotyczącej działań promocyjnych na rzecz województwa, a użycie przez organizatora określeń „partner główny” czy „partner strategiczny” było wyłącznie inicjatywą marketingową i nie wprowadzało żadnych dodatkowych zobowiązań prawnych. Taka odpowiedź w istocie niczego nie wyjaśnia - nie odnosi się do mechanizmu, w którym podmiot posiadający prawa marketingowe do obiektu publicznego organizuje wydarzenie medialne, a województwo występuje w roli płatnika za promocję. Dopiero po ujawnieniu umowy Zen.com z organizatorem wydarzenia widać, że skala problemu jest znacznie większa i wymaga pogłębionej analizy. W związku z tym proszę o wyjaśnienie:

- a) jakie były przesłanki zawarcia umowy promocyjnej przez województwo z Zen.com i czy przed jej podpisaniem przeprowadzono analizę ryzyka reputacyjnego oraz bezpieczeństwa?
- b) czy w procesie decyzyjnym uwzględniono fakt, że Zen.com posiada prawa marketingowe do obiektu i jednocześnie organizuje wydarzenia o charakterze medialno-politycznym?
- c) jakie były źródła finansowania wydarzenia „Kanał Zero Meetup” i czy województwo posiada wiedzę o sponsorach oraz partnerach imprezy?
- d) czy Pełnomocnik ds. bezpieczeństwa został poinformowany o organizacji wydarzenia i czy przygotował rekomendacje dotyczące minimalizacji ryzyk?
- e) czy województwo przewiduje wprowadzenie mechanizmów kontroli nad wydarzeniami organizowanymi w obiektach publicznych przez podmioty prywatne posiadające prawa marketingowe?

f) jak Zarząd Województwa ocenia zgodność działań polegających na udostępnieniu infrastruktury publicznej dla wydarzeń organizowanych przez podmioty powiązane z rynkiem fintech i mediami z zasadami dobrej administracji oraz ochrony interesu publicznego? Proszę o udostępnienie dokumentów obrazujących całokształt stosunków prawnych w tej sprawie.

Powołując się na odpowiedzi udzielone na interpelację z dnia 16 grudnia 2025 r., dotyczącej formalnego wymiaru partnerstwa Województwa Podkarpackiego w wydarzeniu „Kanał Zero Meetup”, podtrzymuję udzielone wówczas wyjaśnienia wskazujące, że współpraca miała charakter umowy cywilnoprawnej zawartej w dniu 12 grudnia 2025 r. ze spółką ZEN.COM Sp. z o.o., obejmującej realizację działań promocyjnych na rzecz Województwa Podkarpackiego. Jednocześnie należy wskazać, że w treści umowy dopuszczono użycie określenia „partner” w kontekście informacyjnym i promocyjnym, natomiast określenia „główny” oraz „strategiczny” nie występowały w postanowieniach umownych, nie miały charakteru prawnego ani normatywnego i stanowiły wyłącznie element komunikacji marketingowej organizatora, niewywołujący żadnych dodatkowych skutków ani zobowiązań po stronie Województwa Podkarpackiego.

Odnosząc się do stwierdzenia, że odpowiedź „nie wyjaśnia mechanizmu, w którym województwo występuje w roli płatnika za promocję”, należy wyjaśnić, że Województwo Podkarpackie nie finansowało promocji samego wydarzenia „Kanał Zero Meetup”. Zawarcie umowy z ZEN.COM dotyczyło wyłącznie zamówienia usług promocyjnych na rzecz Województwa Podkarpackiego, obejmujących ekspozycję marki regionu, materiały promocyjne oraz działania komunikacyjne przed, w trakcie i po wydarzeniu. W związku z tym środki finansowe Województwa nie były przeznaczone na promocję wydarzenia, a jedynie na realizację zleconych działań promocyjnych dotyczących regionu

a) Przesłanką zawarcia umowy promocyjnej przez Województwo Podkarpackie ze spółką ZEN.COM Sp. z o.o. była realizacja ustawowego zadania samorządu województwa w zakresie promocji regionu, o którym mowa w art. 11 ust. 2 pkt 8 ustawy o samorządzie województwa, poprzez nabycie konkretnych, zdefiniowanych

umownie świadczeń promocyjnych. Decyzja o zawarciu umowy miała charakter merytoryczny i dotyczyła zakupu pakietu usług promocyjnych, obejmujących m.in. ekspozycję identyfikacji wizualnej Województwa Podkarpackiego, działania komunikacyjne oraz możliwość wykorzystania materiałów promocyjnych, realizowanych w ramach wydarzenia o dużym zasięgu i wysokiej frekwencji, odpowiadającego współczesnym formom komunikacji i promocji. Umowa nie dotyczyła współorganizacji wydarzenia ani jego finansowania, lecz wyłącznie świadczenia promocyjnego na rzecz Województwa, realizowanego na zasadach umowy cywilnoprawnej. Województwo Podkarpackie, zawierając umowę promocyjną, działało w granicach posiadanych kompetencji i w oparciu o obowiązujące przepisy prawa. Zakres umowy nie obejmował zagadnień związanych z programem wydarzenia, doбором uczestników, jego przekazem medialnym ani innymi elementami pozostającymi poza sferą świadczenia promocyjnego.

W związku z powyższym nie była prowadzona odrębna analiza ryzyka reputacyjnego ani bezpieczeństwa w rozumieniu właściwym dla wydarzeń organizowanych przez Województwo, gdyż Województwo nie było organizatorem wydarzenia, nie odpowiadało za jego przebieg ani za kwestie porządkowe i bezpieczeństwa, które pozostawały w gestii organizatora oraz zarządcy obiektu.

b) Województwo Podkarpackie posiada wiedzę, że nazwa „ZEN.COM Expo” stanowi nazwę marketingową Centrum Wystawienniczo-Kongresowego Województwa Podkarpackiego w Jasionce, wynikającą z odrębnej umowy o partnerstwie tytularnym zawartej pomiędzy operatorem obiektu a podmiotem prywatnym. Fakt że firma ZEN.COM jest sponsorem tytularnym obiektu nie miał wpływu na decyzję o zawarciu umowy promocyjnej przez Województwo Podkarpackie, która dotyczyła wyłącznie zakupu świadczeń promocyjnych i nie była powiązana z zarządzaniem obiektem, za które odpowiada CWK Operator Sp. z o.o., ani organizacją wydarzenia. Decyzja o zawarciu umowy promocyjnej była poprzedzona oceną jej zasadności z punktu widzenia celów promocyjnych Województwa Podkarpackiego. Przy podejmowaniu decyzji uwzględniano przede wszystkim potencjalny zasięg wydarzenia, jego rozpoznawalność medialną oraz możliwość dotarcia do szerokiego i zróżnicowanego grona odbiorców, w tym osób, które mogą być zainteresowane odwiedzeniem regionu w celach turystycznych,

biznesowych lub rekreacyjnych. Z punktu widzenia zasad marketingu terytorialnego istotnym kryterium była obecność marki Województwa Podkarpackiego w przestrzeni o wysokiej widoczności komunikacyjnej, funkcjonującej w obiegu medialnym i cyfrowym, z jasno identyfikowalną nazwą obiektu oraz spójną identyfikacją wizualną. Tego rodzaju ekspozycja – obejmująca zarówno fizyczną obecność logotypu, jak i jego funkcjonowanie w materiałach promocyjnych, transmisjach oraz treściach online – pozwala na utrwalenie wizerunku regionu w świadomości odbiorców oraz budowanie rozpoznawalności marki regionalnej wśród potencjalnych użytkowników oferty turystycznej i inwestycyjnej. W tym kontekście zawarcie umowy promocyjnej stanowiło element realizacji długofalowej strategii promocji Województwa Podkarpackiego, opartej na zasadach efektywności komunikacyjnej, zasięgu przekazu oraz adekwatności do współczesnych form odbioru treści.

c) Województwo Podkarpackie nie finansowało wydarzenia „ZEN.COM Prezentuje: Kanał Zero Meetup”. Udział Województwa ograniczał się wyłącznie do zawarcia umowy cywilnoprawnej na zakup określonych usług promocyjnych, realizowanych na rzecz Województwa Podkarpackiego. Wynagrodzenie wypłacone na podstawie tej umowy stanowiło zapłatę za konkretny pakiet świadczeń promocyjnych i nie miało charakteru dofinansowania, współfinansowania ani wsparcia organizacyjnego wydarzenia. Województwo Podkarpackie nie posiada wiedzy na temat źródeł finansowania wydarzenia „Kanał Zero Meetup”, w tym dotyczącej sponsorów, partnerów lub innych podmiotów finansujących to wydarzenie. Informacje te nie były przedmiotem umowy promocyjnej i nie pozostawały w zakresie kompetencji Województwa. Jednocześnie należy wskazać, że Województwo Podkarpackie nie miało podstaw faktycznych ani prawnych do weryfikowania źródeł finansowania wydarzenia ani struktury jego sponsorów, gdyż nie było jego organizatorem ani współorganizatorem, a zawarta umowa nie przewidywała takich uprawnień ani obowiązków.

d) Województwo Podkarpackie nie informowało Pełnomocnika ds. ochrony informacji niejawnych o organizacji wydarzenia „Kanał Zero Meetup”, ani nie oczekiwało od niego przygotowania rekomendacji dotyczących minimalizacji ryzyk związanych z tym wydarzeniem. Wynika to z zakresu obowiązków Pełnomocnika, określonego w Zarządzeniu Nr 92/2024 Marszałka Województwa Podkarpackiego

z dnia 18 listopada 2024 r., który nie obejmuje nadzoru nad imprezami organizowanymi przez podmioty zewnętrzne prywatne ani oceną ryzyk reputacyjnych czy bezpieczeństwa uczestników takich wydarzeń. Pełnomocnik Marszałka Województwa Podkarpackiego do spraw bezpieczeństwa nie jest angażowany w działania marketingowe, promocyjne czy wizerunkowe organizowane i przeprowadzane przez Województwo Podkarpackie.

e) Województwo może wprowadzać „mechanizmy kontroli”, ale tylko w takim zakresie, w jakim ma do tego podstawę prawną. Województwo nie ma kompetencji „nadzorczej” nad prywatnymi organizatorami wydarzeń tylko dlatego, że wydarzenie odbywa się w obiekcie publicznym. Kontrola jest możliwa głównie przez reżim właścicielsko-umowny (najem/udostępnienie) oraz regulaminy obiektu, a kwestie bezpieczeństwa imprez – przede wszystkim przez obowiązujące ustawy szczególne (tj. imprezy masowe / imprezy artystyczno-rozrywkowe). Samorząd Województwa działa wyłącznie na podstawie i w granicach ustaw – nie może „dodać” sobie uprawnień kontrolnych uchwałą czy praktyką organizacyjną. Dodatkowo, organy samorządu województwa nie są organami nadzoru lub kontroli wobec gminy, powiatu czy podmiotu prywatnego ani organami wyższego stopnia w postępowaniu administracyjnym.

f) Zasada dobrej administracji nakłada na Zarząd Województwa Podkarpackiego obowiązek rzetelnego przestrzegania zawartych umów. Na mocy Umowy koncesji z dnia 29 kwietnia 2016 r., podmiotem odpowiedzialnym za bieżące zarządzanie, komercjalizację oraz dobór wydarzeń odbywających się w Obiekcie CWK jest Koncesjonariusz – CWK Operator Sp. z o.o. Zgodnie z tym modelem, Zarząd Województwa Podkarpackiego nie ingeruje w suwerenne decyzje biznesowe operatora dotyczące wyboru konkretnych najemców czy organizatorów, o ile ich działalność jest zgodna z obowiązującym prawem i nie rzutuje negatywnie na wizerunek Koncesjodawcy. Interes publiczny w przypadku inwestycji takiej jak CWK realizuje się poprzez maksymalne wykorzystanie potencjału obiektu – co przekłada się również na promocję regionu. Sektory takie jak fintech (nowoczesne technologie finansowe) oraz media należą do najbardziej dynamicznie rozwijających się gałęzi globalnej gospodarki. Organizowanie wydarzeń z tych branż w Obiekcie CWK:

- ☐ pozycjonuje Województwo Podkarpackie jako miejsce otwarte na innowacje i nowoczesny biznes,
- ☐ przyciąga do regionu ekspertów, inwestorów i kapitał,
- ☐ generuje realne zyski dla lokalnych przedsiębiorców (branża hotelarska, gastronomiczna, transportowa).

Ponadto zasady dobrej administracji opierają się na równości i niedyskryminacji. Wykluczenie jakiegokolwiek legalnie działającej branży (w tym fintech czy mediów) z możliwości korzystania z ogólnodostępnej infrastruktury kongresowo-wystawienniczej byłoby działaniem nieuzasadnionym i uderzającym w wizerunek Województwa jako wiarygodnego partnera gospodarczego. Zarząd Województwa Podkarpackiego stale monitoruje realizację Umowy koncesji w zakresie utrzymania standardów obiektu i jego ogólnej dostępności. Fakt, że obiektem interesują się podmioty z sektora nowoczesnych technologii i mediów, Zarząd Województwa Podkarpackiego ocenia jako potwierdzenie wysokiej atrakcyjności inwestycji oraz dowód na to, że CWK skutecznie pełni swoją rolę jako regionalne centrum biznesowe.

9/ Jak również stwierdzono w tej samej odpowiedzi na interpelację:

„Jednocześnie pragnę zauważyć, że istotnym elementem strategii promocyjnej Województwa Podkarpackiego jest obecność i widoczność regionu podczas wydarzeń o dużym zasięgu i wysokiej frekwencji, realizowanych w nowoczesnej formule, odpowiadającej współczesnym kanałom komunikacji i oczekiwaniom odbiorców. Tego rodzaju działania pozwalają na dotarcie do szerokiego i zróżnicowanego grona uczestników oraz w tym także odbiorców treści online, a ich wartość wizerunkowa i promocyjna ma charakter długofalowy.” Czy wobec ujawnionych obecnie okoliczności i uwarunkowań, w szczególności w związku z informacjami przedstawionymi na posiedzeniu Sejmu z dnia 5 grudnia 2025 r. Marszałek i Zarząd Województwa zamierzają kontynuować podobne działania promocyjne w tej formule?

Województwo Podkarpackie nie posiada wiedzy dotyczącej szczegółów tajnej części posiedzenia Sejmu z dnia 5 grudnia 2025 r. Z relacji prasowych wynika, że informacje przedstawione podczas tego posiedzenia nie są publicznie udostępniane ze względu na ich charakter.

Ponownie wskazuję, że wszelkie działania promocyjne Województwa Podkarpackiego, realizowane w formule obecności i widoczności regionu podczas wydarzeń o dużym zasięgu, zgodne są z ustawowymi kompetencjami wynikającymi m.in. z art. 11 ust. 2 pkt 8 ustawy o samorządzie województwa oraz art. 41 ust. 1 i 2 tej ustawy. Na podstawie wspomnianych zapisów, Województwo Podkarpackie może zlecać działania promocyjne, obejmujące m.in. ekspozycję marki regionu, udział w wydarzeniach medialnych i realizację materiałów promocyjnych. W związku z powyższym, kontynuacja takich działań pozostaje zgodna z ustawowymi zadaniami samorządu województwa i strategią promocyjną regionu.

MARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA

Władysław Ortyl