

Warszawa, dnia 19 grudnia 2013 r.

Poz. 361

Departament Wychowania i promocji Obronności

**DECYZJA Nr 404/MON
MINISTRA OBRONY NARODOWEJ**

z dnia 19 grudnia 2013 r.

**zmieniająca decyzję w sprawie działalności promocyjnej w resorcie obrony
narodowej**

Na podstawie § 2 pkt 14 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 9 lipca 1996 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Obrony Narodowej (Dz. U. Nr 94, poz. 426), w celu budowania aprobaty społecznej dla zadań resortu obrony narodowej, przez prowadzenie działań zapewniających kreowanie pożądanego wizerunku Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej oraz Ministerstwa Obrony Narodowej, a także dla określenia trybu i zasad realizacji wydatków na działalność promocyjną w resorcie, ustala się, co następuje:

§ 1. W decyzji Nr 212/MON Ministra Obrony Narodowej z dnia 29 kwietnia 2008 r. w sprawie działalności promocyjnej w resorcie obrony narodowej (Dz. Urz. Min. Obr. Nar. Nr 9, poz. 117 oraz z 2010 r. Nr 10, poz. 111) wprowadza się następujące zmiany:

1) pkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2. Nadzór nad prowadzeniem działalności promocyjnej sprawuje Sekretarz Stanu.”;

2) w pkt 3 ppkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) zatwierdza wytyczne do działalności promocyjnej w Siłach Zbrojnych;”;

3) pkt 4 i 5 otrzymują brzmienie:

„4. Sekretarz Stanu realizuje zadania, o których mowa w pkt 2 i 3, za pośrednictwem dyrektora departamentu właściwego do spraw promocji obronności.

5. Departament właściwy do spraw promocji obronności podejmuje działania ukierunkowane na kreowanie pozytywnego wizerunku Sił Zbrojnych i polskich żołnierzy, a także zapewnia materiały promocyjne dla komórek organizacyjnych Ministerstwa, polskich kontyngentów wojskowych, ataszatów obrony przy przedstawicielstwach dyplomatycznych Rzeczypospolitej Polskiej, obserwatorów wojskowych misji organizacji międzynarodowych, zespołów łącznikowych przy organizacjach międzynarodowych i międzynarodowych strukturach wojskowych, polskich przedstawicielstw wojskowych przy organizacjach międzynarodowych i międzynarodowych strukturach wojskowych oraz żołnierzy zawodowych pełniących służbę poza granicami państwa w stałych przedstawicielstwach Rzeczypospolitej Polskiej przy organizacjach międzynarodowych.”;

4) w pkt 6:

a) wprowadzenie do wyliczania otrzymuje brzmienie:

„Departament właściwy do spraw promocji obronności realizuje zadania w obszarze promocji obronności, w szczególności:”;

b) ppkt 1 otrzymuje brzmienie:

„1) opracowuje programy promocji obronności oraz plany działań w zakresie kreowania, w kraju i za granicą, pozytywnego wizerunku żołnierza polskiego, Sił Zbrojnych oraz Ministerstwa, a także monitoruje realizację zadań w tym zakresie;”;

c) ppkt 5–9 otrzymują brzmienie:

„5) planuje, organizuje i koordynuje przedsięwzięcia promocyjne resortu obrony narodowej w kraju i za granicą, w tym odpowiada za organizację stoisk promocyjnych Ministerstwa podczas targów i wystaw przemysłu obronnego;

- 6) organizuje szkolenia dla pracowników i żołnierzy odpowiedzialnych za działalność promocyjną w Siłach Zbrojnych oraz koordynuje i nadzoruje szkolenia organizowane w tym zakresie przez jednostki organizacyjne Sił Zbrojnych;
 - 7) planuje potrzeby i dokonuje wyboru materiałów promocyjnych i wydawniczych, przygotowuje dokumentację prawno-finansową, prowadzi negocjacje i uzgodnienia z wykonawcami w celu przygotowania danych do projektów umów oraz realizacji umów, uczestniczy w pracach komisji przetargowych, prowadzi dystrybucję tych materiałów;
 - 8) opracowuje, w ramach planowania budżetowego na każdy kolejny rok, po zasięgnięciu opinii Szefa Sztabu Generalnego Wojska Polskiego, Podsekretarza Stanu, Dowódcy Generalnego Rodzajów Sił Zbrojnych, Dowódcy Operacyjnego Rodzajów Sił Zbrojnych, Komendanta Głównego Żandarmerii Wojskowej, Dowódcy Garnizonu Warszawa, Sekretariatu Ministra Obrony Narodowej i Gabinetu Politycznego Ministra Obrony Narodowej oraz w uzgodnieniu z departamentem właściwym do spraw kształtowania budżetu resortu obrony narodowej – plan priorytetowych przedsięwzięć promocyjnych resortu obrony narodowej, obejmujący w szczególności kampanie ogólnopolskie oraz przedsięwzięcia międzynarodowe na szczeblu państwowym i resortowym, a także działania na rzecz ataszatów obrony przy przedstawicielstwach dyplomatycznych Rzeczypospolitej Polskiej, obserwatorów wojskowych misji organizacji międzynarodowych, zespołów łącznikowych przy organizacjach międzynarodowych i międzynarodowych strukturach wojskowych oraz polskich przedstawicielstw wojskowych przy organizacjach międzynarodowych i międzynarodowych strukturach wojskowych;
 - 9) przesyła plan priorytetowych przedsięwzięć promocyjnych resortu obrony narodowej, niezwłocznie po jego zatwierdzeniu przez Sekretarza Stanu, do osób funkcyjnych i komórek organizacyjnych udzielających opinii, o których mowa w ppkt 8;”
- d) dodaje się ppkt 10–13 w brzmieniu:
- „10) zarządza stroną internetową www.wojsko-polskie.pl oraz profilami na portalach społecznościowych;

- 11) proceduje sprawy związane z obejmowaniem przez Ministra Obrony Narodowej patronatu honorowego lub jego udziałem w Komitecie Honorowym przedsięwzięć związanych z promocją obronności państwa;
- 12) współpracuje przy realizacji projektów promujących Ministerstwo i Siły Zbrojne z podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą;
- 13) analizuje wyniki badań społecznych dotyczących wizerunku Ministerstwa i Sił Zbrojnych.”;

5) pkt 6a otrzymuje brzmienie:

„6a. Na finansowanie stałej działalności promocyjnej, prowadzonej przez departament właściwy do spraw promocji obronności tworzy się limit wydatków, ustalony według następującego wzoru algorytmu:

$$\text{SDP departament} = A \times B$$

gdzie poszczególne symbole oznaczają:

SDP departament – wydatki na stałą działalność promocyjną,

A – 5% kwoty określonej w art. 21 ust. 1 pkt 68a ustawy z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz. U. z 2012 r. poz. 361, z późn. zm.¹⁾),

B – limit stanów średniorocznych żołnierzy zawodowych Sił Zbrojnych na dany rok, określony w decyzji budżetowej.”;

6) pkt 7 otrzymuje brzmienie:

„7. Działalność promocyjną na rzecz własną oraz podległych jednostek organizacyjnych prowadzą:

- 1) Dowództwo Generalne Rodzajów Sił Zbrojnych;
- 2) Dowództwo Operacyjne Rodzajów Sił Zbrojnych;
- 3) Dowództwo Garnizonu Warszawa;
- 4) Komenda Główna Żandarmerii Wojskowej;
- 5) uczelnie i szkoły wojskowe.”;

7) pkt 8b otrzymuje brzmienie:

„8b. Dowódcy (komendanci) jednostek organizacyjnych, o których mowa w pkt 7, finansują działalność promocyjną z limitu, o którym mowa w pkt 8a, bezpośrednio

¹⁾ Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2012 r. poz. 362, 596, 769, 1278, 1342, 1448, 1529 i 1540 oraz z 2013 r. poz. 21, 888, 1027, 1036, 1287, 1304 i 1387.

albo, uwzględniając potrzeby podległych jednostek, przekazują część tego limitu podległym sobie jednostkom. O podjętych decyzjach informują właściwych dysponentów środków budżetowych, którzy będą realizowali te wydatki, w terminie 21 dni od dnia ogłoszenia decyzji budżetowej.”;

8) w pkt 9:

a) wprowadzenie do wyliczenia otrzymuje brzmienie:

„Materiałami promocyjnymi, w rozumieniu niniejszej decyzji, mogą być przedmioty opatrzone znakiem promocyjnym Wojska Polskiego, znakiem Ministerstwa Obrony Narodowej i innymi znakami używanymi w Siłach Zbrojnych lub innymi kojarzącymi się z wojskiem i obronnością elementami wizualnymi, wskazującymi na promocyjny charakter, nie posiadające wartości handlowej, a w szczególności:”;

b) ppkt 6 otrzymuje brzmienie:

„6) elementy odzieży (w tym koszulki, czapki, krawaty, itp.);”;

9) w pkt 10 ppkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) utwory filmowe i fotograficzne;”;

10)pkt 13–16 otrzymują brzmienie:

„13. Departament właściwy do spraw promocji obronności zamawia materiały promocyjne na potrzeby podmiotów, o których mowa w pkt 5, i rozprowadza je do tych podmiotów na ich wniosek. Jednostki organizacyjne, o których mowa w pkt 7, zamawiają oraz rozprowadzają materiały promocyjne zgodnie z zasadami, określonymi w pkt 8–8b.

14. Do celów promocyjnych, za zgodą właściwego dowódcy (szefa, komendanta) jednostki organizacyjnej, bezpośrednio podległej dowódcy (komendantowi) jednostki organizacyjnej, o której mowa w pkt 7, może być wykorzystywany sprzęt wojskowy oraz nieruchomości znajdujące się w trwałym zarządzie jednostek organizacyjnych podległych Ministrowi Obrony Narodowej lub przez niego nadzorowanych, zwane dalej nieruchomościami.

15. Przy wykorzystaniu sprzętu wojskowego lub nieruchomości do celów promocyjnych szczególną uwagę należy zwrócić na wymogi bezpieczeństwa. Za

bezpieczne wykorzystanie sprzętu wojskowego lub nieruchomości do celów promocyjnych odpowiada dowódca jednostki wojskowej, z której udostępniono sprzęt wojskowy lub nieruchomości.

16. W działalności promocyjnej departament właściwy do spraw promocji obronności oraz jednostki organizacyjne, o których mowa w pkt 7, mogą współpracować z podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą oraz organami administracji publicznej, organizacjami pozarządowymi, szkołami, uczelniami i placówkami naukowymi oraz innymi partnerami społecznymi na zasadach określonych w obowiązujących przepisach w sprawie zasad współpracy resortu obrony narodowej z organizacjami pozarządowymi i innymi partnerami społecznymi, pod warunkiem, że nie prowadzą one działalności politycznej.”;

11) uchyla się pkt 18;

12) w pkt 20 ppkt 2 otrzymuje brzmienie:

„2) na szczeblu Ministerstwa – sprawozdanie dyrektora departamentu właściwego do spraw promocji obronności, przedstawiane Sekretarzowi Stanu do dnia 30 kwietnia.”;

13) pkt 21 otrzymuje brzmienie:

„21. Dyrektor departamentu właściwego do spraw promocji obronności sporządza sprawozdanie, o którym mowa w pkt 20 ppkt 2, na podstawie sprawozdań komórek organizacyjnych Ministerstwa oraz jednostek organizacyjnych, o których mowa w pkt 7, przesyłanych Sekretarzowi Stanu do dnia 15 marca, według wzoru stanowiącego załącznik do decyzji.”.

§ 2. Decyzja wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2014 r.

Minister Obrony Narodowej: *T. Siemoniak*