

Ssakiewicz

23 października 2020

Prezesi spółek skarbu państwa, działając na szkodę zarządzanych przez siebie firm, wytransferowali co najmniej 90 mln zł do spółek kontrolowanych przez Jarosława Kaczyńskiego, a prokuratura i Centralne Biuro Antykorupcyjne udają, że nic się nie stało.

Jarosław Kaczyński poprzez sieć spółek i zaufanych ludzi kontroluje imperium medialne propagandysty Tomasza Sakiewicza. W skład imperium wchodzi m.in. dziennik „Gazeta Polska Codziennie” i tygodnik „Gazeta Polska”.

„Gazeta Polska Codziennie” rozchodzi się w nakładzie ponad 13 tys. sztuk, co jest wynikiem marnym jak na ogólnopolski dziennik. Dla porównania codzienna średnia sprzedaż „Faktu” to 167 tys., „Super Expressu” 94 tys., „Gazety Wyborczej” 65 tys., „Rzeczpospolitej” ponad 40 tys., „Dziennika Gazety Prawnej” ponad 30 tys. Większym od „GPC” zainteresowaniem czytelników cieszą się nawet niektóre dzienniki regionalne – „Gazeta Pomorska” (sprzedaż ponad 22 tys. egzemplarzy) i „Dziennik Zachodni” (ponad 16 tys.).

Wieloletnim prezesem zarządu Forum – spółki wydającej „GPC” – był do niedawna Grzegorz Tomaszewski, kuzyn Kaczora. To on uczestniczył w negocjacjach między prezesem a Geraldem Birgfellnerem, austriackim deweloperem, który miał postawić słynny wieżowiec. Z nagranych rozmów wyłania się obraz Tomaszewskiego jako osoby zaangażowanej i wtajemniczanej w sprawę budowy K-Towers.

„GPC” nigdy nie miała wzięcia u reklamodawców. Powodem była słaba sprzedaż. A nie ma sensu reklamowania się w gazecie, która dociera do niewielkiego kręgu odbiorców. W 2015 r. na reklamę w „GPC” spółki skarbu państwa wydały 271 tys. zł. Po dojściu do władzy PiS nastąpił gigantyczny wzrost wydatków: w

2016 r. było to już ponad 5,6 mln zł, w 2017 r. ponad 6,2 mln zł, w 2018 r. ponad 9,2 mln zł, zaś w 2019 r. ponad 12,3 mln zł.

Od kiedy rządzi PiS, w partyjną gazetę codzienną spółki skarbu państwa wpompowały co najmniej 33,5 mln zł (nie licząc wydatków na reklamę w 2020 r.). W tym kontekście szokująco brzmią doniesienia, że „GPC” zalega pracownikom z wypłatą pensji i honorariów. O kiepskiej sytuacji gazety Tomaszewski mówił Kaczyńskiemu na nagraniach ujawnionych przez „Gazetę Wyborczą”: „Straciłem płynność w Forum, nie wiem, trzeba będzie gazetę zamykać. Tylko że to jest przed wyborami, kiepsko. Wiesz, Krupiński (Michał, prezes banku Pekao – przyp. A.S.), musiałem go ze trzy razy wydzwaniać. Mimo że tam coś zadeklarował”. Media donosiły, że „prawicowi dziennikarze zachodzą w głowę, gdzie mogą zniknąć pieniądze, że nie wystarcza na ich wypłaty. Zaległości wobec niektórych z nich sięgają nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych”.

Kaczor najwidoczniej stracił cierpliwość do kuzyna, bo posunął go ze stołka prezesa Forum, a na jego miejscu umieścił Beatę Dróżdż, radną PiS sejmiku mazowieckiego i dyrektorką generalną Niezależnego Wydawnictwa Polskiego wydającego „Gazetę Polską”.

Choć tygodnik ten sprzedaje się w nakładzie ok. 23 tys. egzemplarzy, niewiele w porównaniu z „Polityką” (sprzedaż na poziomie prawie 98 tys. egzemplarzy), „Gościem Niedzielnym (90 tys.), „Newsweekem” (77 tys.) czy nawet innymi propisowskim pismami, to też się nieźle obłowił dzięki podłej zmianie. W 2015 r. spółki wydały na reklamę w „GP” zaledwie 91 tys. zł. W 2016 r. było to już ponad 3,6 mln zł, w 2017 r. prawie 4 mln zł, w 2018 r. 8,8 mln zł oraz 16,5 mln zł w 2019 r. W ciągu czterech lat organ propagandowy partii władzy został zasilony ponad 33 mln zł.

W sumie w „GPC” i „GP” spółki skarbu państwa wpompowały (w latach 2016-2019) ponad 66 mln zł. I to mimo lecącej na łeb, na szyję sprzedaży obydwu partyjnych pism. Gdy w czasie

pandemii firmy ograniczyły budżety marketingowe, ucierpiała m.in. prasa, która zanotowała mniejsze wpływy z reklam. Wyjątek stanowiły gazety kontrolowane przez Kaczyńskiego. W okresie od marca do maja 2020 r. spółki skarbu państwa wydały na reklamy w „GP” ponad 3,6 mln zł, a w „GPC” ok. 3,2 mln zł, czyli więcej o kilkadziesiąt procent niż w podobnym okresie roku 2019.

Do końca 2020 r. pozostały jeszcze ponad 2 miesiące, ale z pobieżnych rachunków (na podstawie częściowych danych) można wnosić, że w tym roku spółki wydadzą na reklamę w „GPC” i „GP” co najmniej 25 mln zł. Doliczając do tego ponad 66 mln zł z lat 2016-2019 będziemy mieli ponad 90 mln zł.

Zgodnie z art. 296 kodeksu karnego menedżerom spółek skarbu państwa grozić może nawet 10 lat więzienia za wyrządzenie szkody majątkowej w zarządzanej firmie. Przed prokuratorem powinno się tłumaczyć kilkadziesiąciu prezesów – politycznych nominatów Kaczyńskiego, m.in. z KGHM, PKN Orlen, PGNiG, Totalizatora Sportowego, Grupy Azoty, Lotosu, Tauronu, PKO BP, PGE, PKP, PKP Intercity, Polskiej Grupy Zbrojeniowej, Poczty Polskiej, Lotniska Chopina, PWPW, PZU.

Dopóki PiS jest u władzy, nikomu jednak włos z głowy nie spadnie. O sprawie poinformowałem Prokuraturę Krajową i CBA, ale nie wykazały zainteresowania.

Obliczając wydatki na reklamę w „GPC” i „GP”, korzystałem z raportu prof. Tadeusza Kowalskiego z Uniwersytetu Warszawskiego „Analiza wydatków reklamowych spółek skarbu państwa (SSP) w latach 2015-2019”.

Autorstwo: Andrzej Sikorski

Źródło: TygodnikNie.pl