

# Tusk zapowiada „Dobre praktyki”

23 kwietnia 2025

„Premier zapowiedział wprowadzenie zmian w sponsoringu sportowym z udziałem spółek Skarbu Państwa” – wynika z dokumentu, do którego dotarł money.pl. „Dobre praktyki” mają według premiera Donalda Tuska zwiększyć przejrzystość finansowania. Umowy byłyby jawne, zaś zaangażowanie polityczne w sporcie byłoby zakazane. Jednak już podobne obietnice przez obecną ekipę rządzącą były składane, a ile z nich wyszło – każdy widzi.

„Wspieranie sportu przez spółki z udziałem Skarbu Państwa jest jednym z ważniejszych elementów zaangażowania się tych podmiotów gospodarczych w działania społeczne” – napisał premier Tusk we wstępie do dokumentu opracowanego przez Ministerstwo Aktywów Państwowych. Dokument ma zatwierdzić Rada Ministrów. „Współczesny sponsoring nie polega jedynie na finansowaniu wydarzeń sportowych, lecz na tworzeniu wartości i promowaniu postaw, które przyczyniają się do rozwoju społeczeństwa i wzrostu jakości życia obywateli. Działania te muszą być prowadzone zgodnie z najwyższymi standardami przejrzystości, etyki i odpowiedzialności społecznej” – napisano w dokumencie „Dobre praktyki w zakresie prowadzenia sponsoringu sportu przez spółki z udziałem Skarbu Państwa (SSP)”.

Tusk uważa, że „wspieranie inicjatyw sportowych powinno odbywać się w duchu apolityczności, bez jakiegokolwiek formy promocji jednostronnych ideologii czy postaw, które mogą negatywnie wpływać na odbiór i integrację społeczną”. Dodał, że należy utworzyć „zbiór wytycznych” brany pod uwagę przez państwowe spółki. „Sponsoring sportu powinien przyczyniać się do wspierania osiągnięć polskich sportowców z uwzględnieniem racjonalności wydatków ponoszonych przez spółki z udziałem

Skarbu Państwa” – przekonywał premier w dokumencie.

Tusk uważa też, że „zachowanie przejrzystości oraz poszanowania zasad ładu korporacyjnego, praw i interesów wszystkich akcjonariuszy i/lub wspólników/udziałowców w decyzjach sponsoringowych jest jednym z fundamentów gospodarki rynkowej i budowania zaufania społecznego”. „Poniższe rekomendacje mają na celu zwiększenie efektywności i przejrzystości działań z zakresu sponsoringu sportu, a ich stosowanie powinno przyczynić się do zwiększania wartości spółek i budowy pozytywnego wizerunku sponsora, a także do rozwoju podmiotów sponsorowanych i osiągania sukcesów przez polskich sportowców” – napisał Donald Tusk.

„Dobre praktyki” wprowadziłyby 10 poważnych zmian. Pierwsza to zasada „stosuj lub wyjaśnij”. „Spółki mają obowiązek stosować się do rekomendacji lub uzasadnić odstępstwa. To mechanizm znany z ładu korporacyjnego, który ma zwiększyć przejrzystość i odpowiedzialność” – tłumaczy strona Money.pl. Drugą zmianą byłby zakaz politycznego angażowania się przez sponsoring. Ale to bardzo teoretyczna zmiana, gdyż działalność sponsoringowa SSP nie mogłaby „wspierać partii ani polityków”. Jak to wyegzekwować w praktyce – zapewne sami pomysłodawcy tego nie wiedzą. Trzecia zmiana to ścisłe kryteria wykluczeń. Nie wolno byłoby sponsorować: Klubów i wydarzeń poza strukturami związków sportowych, imprez propagujących przemoc/agresję, sportowców karanych za doping oraz wydarzeń bez zasad fair play. Kolejna zmiana to „długofalowa strategia oraz plany roczne”. SSP musiałyby opracować strategię sponsoringową na 3-4 lata, roczne plany działań z budżetem i miernikami efektywności i sprawozdania z realizacji tych planów, zatwierdzone przez radę nadzorczą. Kolejna zmiana to korekta strategii, która byłaby oceniana w połowie czasu obowiązywania i ewentualnie modyfikowana. Zmianą miałyby być też wprowadzenie obowiązku mierzalnych efektów.

„Sponsoring ma przynosić konkretne korzyści marketingowe lub wizerunkowe – mierzone osobno dla każdego projektu. Budżet

sponsoringu musi być proporcjonalny do zysków spółki” – czytamy na Money.pl. „Transparentność i bezpośredniość. Zakaz pośredników: umowy zawiera się bez udziału doradców zewnętrznych. Umowy muszą być jawne – publikacja ich podstawowych danych na stronach internetowych SSP” – podaje redakcja.

W umowach musiałyby też pojawić się obowiązkowe klauzule zawierające: Możliwość ograniczenia/wycofania finansowania w razie pogorszenia wyników, sankcje za korupcję lub naruszenia prawa, kary umowne za niewywiązywanie się z zapisów i zakaz sponsorowania, jeśli nie ma zgody sportowców na udział w kadrze narodowej. Kolejna zmiana to zalecenie, by 20 proc. wartości umowy przeznaczyć na szkolenie dzieci i młodzieży. Ostatnia, dziesiąta zmiana, to wdrożenie do końca III kwartału 2025 r.

„Spółki mają czas do końca września 2025 r., aby dostosować swoją działalność sponsoringową do nowych wytycznych” – czytamy.

Autorstwo: DC

Na podstawie: Money.pl

Źródło: [NCzas.info](https://nczas.info)