

Poznań, 13.04.2026 roku

Znak sprawy: CC-X.1431.7.2026



Odpowiedź na wniosek o informację publiczną.

Szanowny Panie,

otrzymaliśmy wniosek z 13.04.2026 roku dotyczący artykułu „Przeciery pomidorowe”.
Przygotowaliśmy żądane przez Pana dane:

1. Czy UM Poznania otrzymał wynagrodzenie za publikację tego tekstu? Jeżeli tak, to w jakiej kwocie i kto je wypłacił?
2. Wpisanie pierwszego zdania z wcześniej wskazanego artykułu w np. wyszukiwarce Google generuje wyniki także do stron Super Express oraz dlalejdis.pl. Na tych stronach wskazano jednak konkretnego sponsora, którym jest firma Podravka. Jediną różnicą między tekstem opublikowanym na stronie Poznania a wcześniej wymienionymi stronami, którą zauważyłem, jest usunięcie wszystkich wzmianek o Podravce.
 - 2a. Czy rzeczywiście jest to tekst autorski, opracowany przez redakcję strony UM Poznania (tak jak odpowiedział przedstawiciel Poznania we wcześniejszych zapytaniach o informację publiczną jednej z osób, z którą przeprowadziłem w ostatnim czasie wywiad na ten temat)?
 - 2b. Jeżeli nie jest to tekst autorski, czemu na stronie Poznania nie widać żadnych oznaczeń o tym, że jest to artykuł sponsorowany?

1. Urząd Miasta Poznania nie otrzymał wynagrodzenia ani jakiegokolwiek innej korzyści majątkowej z tytułu publikacji przedmiotowego materiału. Publikacja została dokonana w ramach działalności informacyjno-promocyjnej Miasta.

2. Materiał został przekazany właściwej komórce organizacyjnej Urzędu Miasta Poznania przez podmiot zewnętrzny wraz z wyraźną zgodą na jego udostępnienie w przestrzeni informacyjnej, a następnie – zakwalifikowany przez Redakcję do publikacji. Opracowanie redakcyjne miało charakter weryfikacyjno-porządkujący. Polegało na dostosowaniu materiału do publikacji poprzez nadanie mu formy informacyjnej, bez ingerencji w jego zasadniczą merytoryczną treść.

2a. Urząd nie posiada wiedzy co do ewentualnego równoczesnego przekazania tego samego materiału także innym podmiotom, w tym podmiotom komercyjnym ani co do zakresu jego dalszej dystrybucji. Podobieństwo prezentowanych treści do innych publikacji funkcjonujących w przestrzeni publicznej może także wynikać z powszechnego obiegu informacji oraz wykorzystywania ogólnodostępnych materiałów o charakterze opisowym i informacyjnym.

2b. Opublikowany materiał nie zawiera treści mogących stanowić reklamę podmiotów komercyjnych i nie ma charakteru treści sponsorowanej, komercyjnej ani reklamowej, tym samym – brak jest podstaw do stosowania oznaczeń właściwych dla tego rodzaju publikacji, gdyż materiał nie był związany z odpłatną współpracą.

Z poważaniem

Michał Łakomski
Dyrektor Biura Cyfryzacji i
Cyberbezpieczeństwa
/podpis elektroniczny/

Załączniki: 0

Sprawę prowadzi: [REDAKTOR]

Informacja o przetwarzaniu danych osobowych znajduje się na następnej stronie.