

## „Wprost”: partyjna kasa i pakt dla edukacji

Platforma nie kupuje już win ani cygar, ale nadal płaci za eleganckie restauracje. PiS po zmianie skarbnika robi porządki na zapleczu. A miliony z partyjnych kont wciąż płyną do „swoich”. Deklaracje o zmianach w finansowaniu partii politycy wygłaszają płomiennie, po czym z równą mocą dbają, by szybko uchły. W najnowszym wydaniu tygodnika „Wprost” – komu i za co płacą największe polskie partie.

A w „Raporcie ‘Wprost’” – pakt dla szkół, czyli jak systemowo zmienić polską edukację.

Ponadto w najnowszym „Wprost”: decydująca faza przetargu na helikoptery dla polskiej armii, kto wpisał punkt 8 do art. 37a ustawy o reklamach wielkoformatowych, na czym zarabiają blogerzy i jak polscy przedsiębiorcy podbijają świat.

*O tym, gdzie trafiają pieniądze dwóch największych partii, piszemy już kolejny rok. Po licznych publikacjach mediów widać drobne zmiany. Partie powoli zaczynają bardziej pilnować wydatków. Pewne zasady pozostają jednak niezmiennie – z naczelną, że zarabiać mają „swoi” – pisze na łamach „Wprost” Anna Gielewska. W tygodniku analiza partyjnych wydatków za 2014 r. Prawo i Sprawiedliwość płaciło duże pieniądze satelickim spółkom, tworzonym najczęściej przez dawnych pracowników biura PiS na Nowogrodzkiej. Prawie 2 mln zł z kasy na bieżącą obsługę partii trafiło w ubiegłym roku do spółki MTML Tomasza Pierzchalskiego. PiS nie oszczędza też na ochronie prezesa. Za usługi firmy ochroniarskiej Grom Group partia zapłaciła w ubiegłym roku 1,85 mln zł. Z kolei Platforma nie szczędziła na partyjne eventy. Niemal milion złotych przeznaczyła na zlecenia dla firmy ATM. Grupa ATM zajmuje się produkcją filmową i telewizyjną. Platforma regularnie korzysta z jej usług, zamawiając oprawę swoich konwencji, filmy, spoty reklamowe. Szczegóły partyjnych wydatków – na łamach najnowszego wydania tygodnika „Wprost”.*

*Dorobiliśmy się systemu politycznego, gdzie partie nie mają żadnych potrzeb poszerzenia swojej bazy wyborczej, a co za tym idzie, reprezentowania interesów wyborców. Są stałym elementem budżetówki jak ministerstwa czy urząd skarbowy. I podobnie też zachowują się w stosunku do wyborców. Hardo i roszczeniowo – komentuje partyjne wydatki redaktor naczelny „Wprost”, Tomasz Wróblewski. I podkreśla, że partie wydają miliony na pensje i zlecenia dla zewnętrznych firm, na doradztwo PR, domy mediowe – jednym zdaniem, na badanie sposobów sterowania nastrojami społecznymi. Cały komentarz – w nowym „Wprost”.*

W nowym „Wprost” także o największym w Polsce kontrakcie na helikoptery dla armii. O zamówienie kontrakt na 70 śmigłowców wielozadaniowych starają się: francuskie konsorcjum z Airbusem na czele, PZL Świdnik, którego właścicielem jest włoska AgustaWestland, oraz amerykański Sikorsky Company z PZL w Mielcu. Stawka szacowana jest na 10 mld zł. Przetarg wszedł w decydującą fazę. Powinien zostać rozstrzygnięty w ciągu kilku tygodni. Kto zwycięży? *Żeby dobrze rozumieć grę wokół zbrojeń, trzeba umieć słuchać muzyki, a nie czytać nuty. Kiedy minister Siemoniak występuje do Amerykanów z pytaniem, czy nie sprzedadzą mu tomahawków, tonie pyta Amerykanów o tomahawki, tylko uspokaja Francuzów, że może mieć dla nich inny kontrakt – pisze we „Wprost” Cezary Bielakowski. Szczegóły – w najnowszym „Wprost”.*

Na łamach „Wprost” również o tym, jak szlachetny zamysł wyeliminowania reklam szpecących krajobraz przerodził się w prawny bubel. Łamie prawo, ogranicza konkurencję, wywoła chaos i narazi państwo na gigantyczne odszkodowania. Na pierwszy rzut oka ustawa jedynie porządkuje zasady umieszczania reklam w mieście. Ale w trakcie procedowania ktoś dołożył do artykułu 37a punkt 8. Sprawi on, że po uchwaleniu przepisów wszystkie reklamy niemieszczące się w nowej dyrektywie będą musiały być natychmiast zdjęte. Nikt nie wie, kiedy pojawił się wspomniany zapis. Nie było go w trakcie

konsultacji, nie było go na ostatnim posiedzeniu komisji. Samorządy i firmy reklamowe zobaczyły go dopiero po głosowaniu. Sprawa dotyczy reklam wielkoformatowych, tzw. siatek, którym mogą zostać z dnia na dzień zdelegalizowane. Bez okresu karencji i z pogwałceniem umów. Najbardziej wpływowym wrogiem reklam wielkoformatowych jest „Gazeta Wyborcza”. Należąca do tego samego właściciela spółka AMS jest dominującym graczem w segmencie billboardów. Więcej – w poniedziałek we „Wprost”.

W „Raportie `Wprost`” w tym tygodniu – „Pakt dla szkół”. Podwójne wybory to idealny moment, by zmusić polityków do uległości i sygniecia groszem. Wie o tym Sławomir Broniarz, prezes Związku Nauczycielstwa Polskiego, który od lat trzęsie polską szkołą. 18 kwietnia organizuje w Warszawie „ogólnopolską manifestację pracowników oświaty”. Domaga się 10 proc. podwyżki. W razie odmowy ZNP grozi jesiennym strajkiem. Nauczyciele to potężna, dobrze zorganizowana grupa. Jest ich blisko 600 tys., z rodzinami to grubo ponad 1 mln głosów. Tymczasem polska szkoła jest dzisiaj skrajnie niewydolna. *W tej sytuacji rząd powinien pomyśleć, by zawrzeć z nauczycielami pakt. Wręcz przekupić ich dodatkowymi pieniędzmi. W zamian za dodatkowe środki mógłby wymóc likwidację Karty nauczyciela i uwolnienie szkoły spod jej oków. Nauczyciele powinni być oceniani za jakość ich pracy. Niech najsłabsi stracą etaty, niech szkoły mają możliwość dowolnego zatrudniania kadry, a o pensjach niech decyduje dyrektor, a nie rząd – pisze we „Wprost” Bartosz Marczuk. - Jeśli tego nie zrobimy, będziemy kultywować obecne patologie.* Raport o stanie polskiej szkoły i rozmowa z minister edukacji, Joanną Kluzik-Rostkowską, w poniedziałek we „Wprost”.

Na łamach „Wprost” również o tym, jak internetowe blogi przestają być pamiętnikami, a stają się przedsiębiorstwami. Bomba wybuchła tuż przed świętami. „Polacy Rodacy”, czyli Nicole Młodkowska i Marcin Latuszewski, blogerzy z dziennikarskim zacięciem, zaproponowali współpracę reklamową tzw. szafiarkom. Te, nie przeczuwając prowokacji, przesłały swoje oferty. Za jeden wpis na blogu, w którym pokazują dany produkt – nawet 8 tys. zł. Za post na popularnym serwisie społecznościowym oznaczony hasztagiem – nawet 5 tys. zł. Dodanie linka do wpisu – 12 tys. Innymi słowy, rocznie są w stanie dobić do 100-200 tys. zł. W blogosferze to standard. Jest jednak pewne ale... Najcenniejszą walutą jest wiarygodność blogera. Przy czym dotyczy ona nie tylko samego bloga, ale całej jego obecności w sieci, w tym w mediach społecznościowych. Jak znaleźć złoty środek? Więcej – w najnowszym „Wprost”.

W nowym „Wprost” także pierwszy odcinek z nowego cyklu: „Ambasadorzy – polskie marki”. W kolejnych odcinkach czytelnicy będą mogli poznać historie młodych, przedsiębiorczych Polaków, którzy odnieśli sukces za granicą. Na początek - Marcin Beme. Jego mobilna biblioteka audiobooków jest już fabrycznie montowana w najnowszych modelach Volvo, Renault i Forda. Kiedy wprowadzał na rynek pierwsze książki do słuchania, księgarnie wieszały na nim psy. Dzisiaj jego audiobooków słucha 3 mln ludzi w 23 krajach. Jak osiągnął sukces – o tym na łamach „Wprost”.

W najnowszym „Wprost” także nowe felietony – m.in. Stanisław Kluzo o frankach, Paweł Kowal o Ukrainie, ks. Artur Stopka o grzechach, Łukasz Hardt o państwie i Robert Gwiazdowski o podatkach.

Nowy numer „Wprost” trafi do kiosków w poniedziałek, 13 kwietnia 2015 r. E-wydanie tygodnika będzie dostępne na stronie tygodnika (ewydanie.wprost.pl) oraz u dystrybutorów prasy elektronicznej, m.in. na witrynach e-kiosk (www.e-kiosk.pl), eGazety (www.egazety.pl) oraz Nexto ([www.nexto.pl](http://www.nexto.pl)) i w aplikacjach na urządzenia mobilne.

### **Aplikacja WPROST KIOSK:**

AppStore: <https://itunes.apple.com/pl/app/wprost-kiosk/id459708380?mt=8> (cena wydania – 0,89 eurocenta)

Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.paperlit.android.wprost&hl=pl> (cena wydania - 3,60 PLN)

**Aplikacja WPROST (aplikacja natywna):**

AppStore: <https://itunes.apple.com/pl/app/wprost/id909621551?mt=8> (cena wydania – 0,89 eurocenta)

Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=pl.wprost&hl=pl> (cena wydania - 4,50 PLN)