



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI  
Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji

KGP.410.002.07.2022

Pani  
Beata Kozłowska-Chyła  
Prezes Zarządu  
Powszechnego Zakładu Ubezpieczeń  
Spółki Akcyjnej  
Rondo Ignacego Daszyńskiego 4  
00-843 Warszawa

# WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

*P/22/012 – Wybrane wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa i fundacji tworzonych przez te spółki oraz gospodarka finansowa i realizacja celów statutowych fundacji tworzonych przez te spółki*

# I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	Powszechny Zakład Ubezpieczeń Spółka Akcyjna <sup>1</sup> , Rondo Ignacego Daszyńskiego 4, 00-843 Warszawa
Kierownik jednostki kontrolowanej	Pani Beata Kozłowska-Chyła, Prezes Zarządu od dnia 12 marca 2020 r., wcześniej Prezesami Zarządu byli: Pan Michał Krupiński – od dnia 19 stycznia 2016 r. do dnia 22 marca 2017 r., Pan Marcin Chludziński <sup>2</sup> - od dnia 22 marca 2017 r. do dnia 13 kwietnia 2017 r., Pan Paweł Surówka – od dnia 13 kwietnia 2017 r. do dnia 12 marca 2020 r.
Zakres przedmiotowy kontroli	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ustanawianie i przestrzeganie zasad prowadzenia przez Spółkę oraz grupę kapitałową działalności sponsoringowej, mecenatu, udzielania darowizn oraz zasad dotyczących zamawiania usług medialnych, konsultingowych i prawnych.</li><li>2. Mierzenie efektów działalności sponsoringowej oraz zakupionych usług medialnych i konsultingowych, przez Spółkę oraz grupę kapitałową.</li><li>3. Osiąganie przez Spółkę oraz grupę kapitałową rezultatów działalności sponsoringowej oraz wydatkowania środków na zakup usług medialnych, konsultingowych i prawnych.</li><li>4. Gospodarność i legalność wydatkowania w Spółce oraz w grupie kapitałowej środków na działalność sponsoringową, mecenat, darowizny oraz zakup usług medialnych, konsultingowych i prawnych.</li><li>5. Działania związane z ustanawianiem przez Spółkę oraz w grupie kapitałowej fundacji oraz realizacją uprawnień i zadań fundatora.</li></ol>
Okres objęty kontrolą	Od dnia 1 stycznia 2017 r. do dnia 31 grudnia 2021 r. z uwzględnieniem działań oraz dowodów wytworzonych przed i po tym okresie, jeżeli miały one istotny wpływ na kontrolowaną działalność.
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 3 pkt 4 <i>ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli</i> <sup>3</sup> , z zastosowaniem kryteriów legalności i gospodarności.
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji
Kontroler	Anna Pruszkowska, specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr KGP/64/2022 z dnia 18 maja 2022 r.

(akta kontroli str. 1-18)

<sup>1</sup> Dalej także: PZU SA lub Spółka. Jest to Spółka giełdowa, w której Skarb Państwa posiada 34,1875% akcji.

<sup>2</sup> Członek Rady Nadzorczej delegowany do czasowego wykonywania czynności Prezesa Zarządu PZU SA.

<sup>3</sup> Dz.U. z 2022 r. poz. 623, dalej: *ustawa o NIK*.

## II. Ocena ogólna<sup>4</sup> kontrolowanej działalności

OCENA OGÓLNA

PZU SA ponosiła wydatki na działalność sponsoringową, na usługi medialne, prawne, doradcze oraz w zakresie udzielania darowizn zgodnie z obowiązującymi przepisami i regulacjami wewnętrznymi.

Działalność sponsoringowa w PZU SA, prowadzona na podstawie rocznych planów, wpisywała się w dokumenty strategiczne Spółki i cele realizowane w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju.

W odniesieniu do realizowanych działań sponsoringowych Spółka sporządzała analizy ich efektywności na podstawie regulacji ustanowionych w Spółce. Zdaniem NIK dokonywane oceny efektywności oraz sprawozdawczość w tym zakresie, zapewniały gospodarne wydatkowanie środków finansowych. Zakup usług prawnych, doradczych i medialnych wynikał z uzasadnionych potrzeb PZU SA, a zawarte umowy służyły realizacji jej celów operacyjnych.

W przypadku usług medialnych, przygotowywane na podstawie zawartych umów raporty, zawierały element oceny uzyskanych efektów. Odbiór usług prawnych i doradczych dokonywany był m.in. poprzez dokumentowanie uzyskanych usług i produktów oraz ich rozliczanie.

W ocenie NIK Spółka wykorzystywała statutowe możliwości powołania swoich przedstawicieli do organów fundacji, których była fundatorem, a sprawowany przez tych przedstawicieli nadzór nad realizacją celów statutowych fundacji był zgodny z obowiązującymi przepisami prawa w tym zakresie.

## III. Opis ustalonego stanu faktycznego oraz oceny cząstkowej<sup>5</sup> kontrolowanej działalności

OBSZAR

### 1. Zasady działalności sponsoringowej, dokonywania darowizn, ponoszenia wydatków na usługi medialne, prawne i doradcze oraz gospodarność wydatkowania środków w tych obszarach

Opis stanu faktycznego

#### 1.1. Wewnętrzne regulacje – sponsoring

Głównym dokumentem określającym podstawowe normy etyczne i standardy postępowania stosowane w podmiotach Grupy PZU były *Dobre praktyki PZU*, które zostały przyjęte przez Zarząd PZU SA w dniu 6 lipca 2018 r.<sup>6</sup> Dokument ten podkreślał rolę wartości etycznych obowiązujących we wszystkich aspektach funkcjonowania PZU, opisywał dobre praktyki biznesowe w firmie, promował kulturę przestrzegania obowiązującego prawa, podejmowania decyzji w oparciu o kryteria etyczne oraz odpowiedzialności za podejmowanie decyzje. Zgodnie z wytycznymi określonymi w dokumencie, decyzje o współpracy z dostawcami miały opierać się wyłącznie na obiektywnych kryteriach ceny, jakości, parametrów technicznych i przydatności. Zasadą miało być przestrzeganie prawa przy zawieraniu umów, w szczególności zasad uczciwej konkurencji i ochrony konsumentów. Działania prewencyjne i sponsoringowe mogły odbywać się wyłącznie w zgodzie z obowiązującymi

<sup>4</sup> Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

<sup>5</sup> Oceny cząstkowe to oceny działalności w poszczególnych obszarach badań kontrolnych. Ocena cząstkowa może być sformułowana, jako ocena pozytywna, ocena negatywna albo ocena w formie opisowej.

<sup>6</sup> Zastąpiły *Dobre Praktyki PZU SA*, które zostały przyjęte przez Zarząd 14 października 2012 r.

przepisami prawa oraz zasadami określonymi w regulacjach wewnętrznych Grupy PZU.

Standardami przyjętymi do stosowania przez PZU SA były także *Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016*<sup>7</sup> oraz *Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021*<sup>8</sup>, stanowiące zasady ładu korporacyjnego dla spółek akcyjnych będących emitentami akcji, obligacji zamiennych lub obligacji z prawem pierwszeństwa, które były dopuszczone do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie SA.

*Strategia społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy PZU na lata 2018-2020*<sup>9</sup> była pierwszym dokumentem na poziomie zarządczym porządkującym najważniejsze działania w zakresie CSR<sup>10</sup> w Grupie PZU. Wyznaczyła ona kierunki działań oraz inicjatyw w odniesieniu do wyzwań biznesowych i społecznych, uwzględniała kwestie dotyczące klientów, pracowników, wpływu na środowisko, zarządzania ryzykiem, zaangażowania społecznego oraz relacji z dostawcami. W *Strategii CSR* zdefiniowano inicjatywy i mierniki w celu sukcesywnego podnoszenia standardów działalności.

W dniu 5 marca 2021 roku została ogłoszona nowa Strategia Grupy PZU *Potencjał i wzrost*, która w oparciu o zidentyfikowane szanse, wskazywała na główne ambicje strategiczne Grupy na lata 2021-2024. Przyjęte założenia odwoływały się wprost do potrzeb klienta, personalizacji i elastyczności oferty oraz osadzenia tych wymagań w specjalnie stworzonych ekosystemach. W celu realizacji tych założeń zaplanowano wdrożenie nowoczesnych modeli biznesowych przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju, w trosce o środowisko naturalne, lepszą jakość życia pracowników i klientów oraz zaangażowaniu na rzecz rozwoju lokalnych społeczności.

W 2017 r. została uchwalona *Strategia marketingowa Grupy PZU na lata 2017-2020*<sup>11</sup>. Budowanie pożądanego wizerunku marki miało się opierać na trzech głównych filarach: powszechności, prostocie i uczciwych zasadach oraz potrzebach wysokiej jakości obsługi i korzyści emocjonalnych i racjonalnych.

W zakresie sponsoringu obowiązywały w Spółce, uchwalone przez Zarząd PZU SA 25 stycznia 2017 r., a następnie 28 stycznia 2020 r.<sup>12</sup> *Regulaminy działalności sponsoringowej PZU SA i PZU Życie SA*<sup>13</sup>. *Regulamin* określił zasady tworzenia i gospodarowania budżetem sponsoringowym, zasady analizy ofert sponsoringowych wpływających do Spółki oraz warunki finansowania i rozliczania zadań sponsoringowych. Celami działalności sponsoringowej prowadzonej przez Spółkę, zgodnie z *Regulaminem*, było:

- propagowanie, upowszechnianie i wzmacnianie marki Spółki poprzez zwiększenie stopnia znajomości marki i zasięgu jej oddziaływania,
- budowa pozytywnego wizerunku Spółki poprzez przeniesienie na Spółkę skojarzeń z podmiotu sponsorowanego,
- kreowanie eksperckiego wizerunku Spółki,

<sup>7</sup> Uchwała Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 r.

<sup>8</sup> Uchwała Nr 13/1834/2021 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 29 marca 2021 r.

<sup>9</sup> Stanowiąca załącznik do uchwały nr UZ/312/2018 Zarządu PZU SA z dnia 30 października 2018 r. Dalej: *Strategia CSR*.

<sup>10</sup> Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR) to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami.

<sup>11</sup> Stanowiąca załącznik do uchwały nr UZ/357/2017 Zarządu PZU SA z dnia 4 grudnia 2017 r.

<sup>12</sup> Uchwały nr UZ/12/2017 z dnia 25 stycznia 2017 r. oraz UZ/18/2020 z dnia 28 stycznia 2020 r.

<sup>13</sup> Dalej: *Regulamin*.

- budowanie reputacji Spółki i pozyskiwanie zaufania opinii publicznej.

*Regulamin* przewidywał także m.in.:

- przygotowywanie przez Biuro Komunikacji Korporacyjnej – na podstawie *Strategii społecznej odpowiedzialności biznesu* przyjętej przez Spółkę, analizy efektywności oraz planów finansowo-rzeczowych poszczególnych jednostek merytorycznych - planów sponsoringowych na dany rok obrotowy,
- sporządzanie i przedkładanie Komitetowi raportu ze zrealizowanych przez Spółkę zadań sponsoringowych (kwartalny i roczny),
- przedkładanie raportu Zarządowi Spółki (informacyjnie).

Załączniki do *Regulaminu* stanowiły: *Wniosek o finansowanie zadania sponsoringowego przez PZU* oraz *Formularz oceny wniosku*. Zgodnie z *Regulaminem*, realizacja zadania sponsoringowego była inicjowana na podstawie *Wniosku*, który powinien zawierać w szczególności opis zadania sponsoringowego oraz umotywowanie z określeniem pakietu świadczeń promocyjnych. Ocena wniosku dokonywana była w systemie ICM OWSP<sup>14</sup>, na podstawie *Formularza*, który powinien zawierać w szczególności ocenę biznesową i merytoryczną. W dniu 18 lutego 2020 r. Dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej wydał Okólnik nr O/12/2020 w sprawie *szczegółowych zasad realizacji zadań sponsoringowych*. Zasady dotyczyły m.in. opiniowania wniosków sponsoringowych i rozliczania zawartych umów sponsoringu. W dokumencie wskazano m.in. że:

- umowy sponsoringowe mogą być zawierane na podstawie posiadanych pełnomocnictw do zawierania umów sponsoringowych,
- minimalna wartość umowy sponsoringowej (wartość świadczeń realizowanych na podstawie umowy) wynosi 1,5 tys. zł brutto,
- koszt zadania sponsoringowego, w tym oprawy sponsorowanego wydarzenia obciąża budżet sponsoringowy jednostki merytorycznej,
- umowy sponsoringowe rozliczane są w systemie Szafir.

Zarząd PZU SA uchwałą nr UZ/189/2008 z dnia 15 kwietnia 2008 r. powołał Komitet Sponsoringu, Prewencji i CSR. Zgodnie z jego regulaminem, uchwalonym w dniu 28 grudnia 2016 r.<sup>15</sup>, do zadań Komitetu należało w szczególności:

- rozpatrywanie wniosków o realizację zadań sponsoringowych lub prewencyjnych, zgodnie z postanowieniami regulaminów działalności sponsoringowej i prewencyjnej PZU SA,
- wskazywanie jednostki merytorycznej, z której budżetu lub limitu realizowano zadanie,
- przyjmowanie raportów ze zrealizowanych zadań sponsoringowych i prewencyjnych,
- monitorowanie realizacji zadań sponsoringowych i prewencyjnych, w szczególności o wartości równej i przekraczającej kwotę 1 000,0 tys. zł,
- ustalanie szczegółowych zasad oraz wytycznych dotyczących realizacji zadań prewencyjnych,
- nadzorowanie realizacji zadań z obszaru CRS.

Postanowienia zawarte w *Regulaminach* oraz *Okólniku* były zgodne z wytycznymi wynikającymi z *Dobrych praktyk w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej*

<sup>14</sup> System elektroniczny wykorzystywany w PZU SA do obsługi wniosków prewencyjnych i sponsoringowych.

<sup>15</sup> Stanowiący Załącznik do uchwały nr UZ/545/2016 Zarządu PZU oraz Załącznik do uchwały nr UZ/336/2016 Zarządu PZU Życie SA.

przez spółki z udziałem Skarbu Państwa<sup>16</sup> z dnia 15 czerwca 2016 r. opracowanych przez Ministra Skarbu Państwa i były realizowane w praktyce.

(akta kontroli str. 34-115, 123-237)

Biuro Komunikacji Korporacyjnej – na podstawie założeń *Strategii CSR* oraz planów finansowo-rzeczowych poszczególnych jednostek merytorycznych - przygotowywało coroczne plany finansowo-rzeczowe w zakresie sponsoringu z określeniem planowanych kwot w kierunkach określonych w *Regulaminie*:

- kultura,
- eksperckość,
- społeczności lokalne i przedsiębiorczość,
- sport,
- tożsamość narodowa.

Na 2017 r. zaplanowano wydatki w wysokości 4 184,5 tys. zł, wartość zawartych przez PZU SA umów sponsoringowych wyniosła 4 641,6 tys. zł (wartość brutto wydatków: 5 495,6 tys. zł), na 2018 r. zaplanowano wydatki 4 684,0 tys. zł, wartość umów wyniosła 5 583,2 tys. zł (wartość brutto wydatków: 6 325,8 tys. zł), na 2019 r. plan wydatków wynosił 3 859,7 tys. zł, zawarto umowy na kwotę 4 739,4 tys. zł (wartość brutto wydatków: 5 523,5 tys. zł), na 2020 r. planowano wydatki w wysokości 4 356,0 tys. zł, wartość zawartych umów wyniosła 4 235,5 tys. zł (wartość brutto wydatków: 4 582,5 tys. zł) oraz na 2021 r. plan wydatków wynosił 4 318,6 tys. zł, umowy sponsoringowe zawarto na kwotę 27 682,3 tys. zł (wartość brutto wydatków 12 265,5 tys. zł). Wpływ na przekroczenie planu na 2021 r. miała umowa sponsoringu zawarta z [...] <sup>1718</sup>.

Działalność sponsoringowa Spółki realizowana była w formie:

- zadań sponsoringowych własnych (realizowanych z inicjatywy Spółki),
- zadań sponsoringowych zewnętrznych (z inicjatywy podmiotów zewnętrznych)
- zadań sponsoringowych łączonych.

Plany działań sponsoringowych były spójne ze *Strategiami Grupy PZU na lata 2016-2020 i 2021-2024* oraz realizowanymi przez nią celami długofalowymi, mającymi u swoich podstaw działalność zgodną z zasadami społecznej odpowiedzialności i zrównoważonym rozwojem.

Według wyjaśnień Dyrektora Biura Compliance<sup>19</sup>, w ramach podejmowania decyzji dotyczących zaangażowania w konkretne przedsięwzięcie sponsoringowe, Spółka w trybie roboczym analizowała potencjalną efektywność tych działań. Wnioski z takich analiz były następnie częścią uzasadnienia podjęcia uchwały w zakresie zaangażowania sponsoringowego Spółki.

(akta kontroli str. 116-122, 450-451, 655-671)

## 1.2 Udzielanie darowizn – regulacje

<sup>16</sup> Dalej: *Dobre praktyki*.

<sup>17</sup> Pismo Dyrektora Biura Compliance z dnia 5 kwietnia 2022 r.

<sup>18</sup> Wyłączono informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa na podstawie art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2022 r. poz. 902) i art. 11 ust. 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1233). Wyłączenia dokonano w interesie Powszechnego Zakładu Ubezpieczeń SA. W dalszej części wystąpienia w nawiasach kwadratowych [...] dokonano wyłączenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa.

<sup>19</sup> Pismo z dnia 17 listopada 2022 r.

W dniu 28 czerwca 2019 r. Zarząd PZU SA uchwalił *Regulamin działalności prewencyjnej PZU SA*<sup>20</sup>. W dokumencie tym określono w jakich formach realizowana jest w Spółce działalność prewencyjna:

- zadania realizowane przez Spółkę – w szczególności zakup towarów i usług na podstawie umów cywilnoprawnych,
- zadania realizowane przez podmiot zewnętrzny za środki przekazane przez Spółkę bezpośrednio temu podmiotowi na podstawie umowy prewencyjnej,
- zadania łączone.

Proces realizacji zadania prewencyjnego był inicjowany na podstawie *Wniosku o finansowanie zadania prewencyjnego przez PZU*, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do *Regulaminu*. *Wniosek* powinien w szczególności zawierać opis zadania prewencyjnego oraz umotywowanie wniosku. Środki finansowe przekazane podmiotowi zewnętrznemu na podstawie umowy prewencyjnej podlegały rozliczeniu potwierdzającemu prawidłowość wydatkowania otrzymanej kwoty dofinansowania na zasadach określonych w umowie. Rozliczenie podlegało merytorycznej weryfikacji.

W załączniku 1a do *Regulaminu działalności prewencyjnej* wskazano, że Spółka realizuje zadania prewencyjne mające na celu zapobieganie powstawaniu lub zmniejszenie skutków zdarzeń losowych w ramach kierunków:

- działalność przeciwwypadkowa,
- działalność przeciwkradzieżowa,
- działalność przeciwpożarowa,
- inna działalność prewencyjna.

Ponadto wskazano obszary i działania, jakie mogą być realizowane w poszczególnych kierunkach. W zakresie *Innych zadań prewencyjnych* wymienione zostały m.in.: zakup sprzętu komputerowego i pomocy naukowych oraz dydaktycznych dla instytutów badawczych, wyższych uczelni i pozostałych ośrodków badań do realizacji przedsięwzięć, prac, badań o charakterze prewencyjnym, organizacja programów edukacyjnych i konkursów, poprawa bezpieczeństwa w szkołach i innych placówkach oświatowych, finansowanie stypendiów dla studentów wyższych uczelni na kierunkach związanych z poprawą bezpieczeństwa.

W dniu 17 września 2021 r. Prezes Zarządu PZU SA wydała Zarządzenie nr Z/14/2021 w sprawie *Procedury gospodarowania składnikami majątku, wartościami niematerialnymi i prawnymi oraz stosowania standardów stanowiska biurowego IT w PZU SA*. Procedura opisywała zagadnienia m.in. związane z likwidacją składników majątku, w tym w szczególności przekazywania ich w drodze darowizny.

Głównym przedmiotem umów darowizn w latach 2017-2021 były darowizny rzeczowe (tj. przekazanie mebli biurowych i sprzętu komputerowego), co stanowiło 95% wszystkich umów darowizn w latach 2017-2021, pozostałe 5% stanowiły umowy darowizn finansowych – z czego 99% dotyczyło przekazania środków finansowych na działalność statutową Fundacji PZU i Stowarzyszenia PZU Sport Team, którego członkami są pracownicy PZU.

(akta kontroli str. 128-206, 655)

### **1.3. Zakup usług medialnych, konsultingowych i prawnych – regulacje**

<sup>20</sup> Stanowiący załącznik do uchwały nr UZ/169/2019, poprzedni obowiązywał Regulamin z dnia 28 grudnia 2016 r. – stanowiący załącznik do uchwały Zarządu PZU SA nr 544/UZ/544/2016.

*Procedura wyboru Dostawców towarów i usług* została wprowadzona Zarządzeniem Prezesa Zarządu nr Z/44/2013 z dnia 30 października 2013 r. Dokument zawierał m.in. regulacje dotyczące realizacji zakupów, procesu wyboru dostawców, warunków zawarcia umowy oraz oceny dostawcy, zakupu innowacji, zakupów realizowanych na podstawie umów ramowych. Zgodnie z *Procedurą*, wybór dostawcy mógł być realizowany w jednym z trzech trybów: zamówienia z wolnej ręki, postępowania przetargowego, negocjacji. W §2 ust. 2 wskazano wyłączenia stosowania *Procedury*, a w §3 – możliwości odstąpienia od stosowania *Procedury*.

W okresie objętym kontrolą – w zakresie usług prawnych obowiązywały także *Zasady współpracy PZU SA i PZU Życie SA z kancelariami prawnymi oraz autorytetami prawnymi* – wprowadzone Zarządzeniem nr Z/35/2017 Prezesa Zarządu PZU SA z dnia 14 grudnia 2017 r. oraz *Zasady organizacji i świadczenia pomocy prawnej PZU SA i PZU Życie SA* – wprowadzone Zarządzeniem nr Z/18/2018 z dnia 23 października 2018 r.

W odniesieniu do umów zawieranych przez PZU SA, obowiązywały *Zasady zawierania, zmiany, rozwiązywania i rejestrowania umów w PZU SA*, wprowadzone uchwałą nr UZ/4/2009 Zarządu PZU SA z dnia 7 stycznia 2009 r.

(akta kontroli str. 238-330)

#### **1.4. Wydatkowanie środków na działalność sponsoringową, darowizny, usługi doradcze, prawne i medialne**

**1.4.1.** W latach 2017-2021 PZU SA zawarła 619 umów sponsoringu na łączną kwotę 46 882,1 tys. zł<sup>21</sup>, wartość wydatków brutto wyniosła 34 192,9 tys. zł. W tym samym okresie Spółka zawarła 352 umowy darowizny, których wartość opiewała na 50 523,0 tys. zł<sup>22</sup>, a wartość wydatków brutto wyniosła 71 775,7 tys. zł.

Na zakup usług doradczych, w ramach 67 zawartych umów o wartości [...], Spółka przeznaczyła wydatki brutto w wysokości [...].<sup>23</sup> W latach 2017-2021 na podstawie 587 umów o wartości [...], Spółka nabyła usługi prawne wydatkując brutto [...].<sup>24</sup> W tym samym okresie PZU SA dokonała zakupu usług medialnych w ramach 24 umów o wartości [...].<sup>25</sup>, na łączną kwotę wydatków brutto [...].

(akta kontroli str. 450-451)

**1.4.2.** Szczegółowym badaniem objęto pięć umów sponsoringu, wybranych według kryterium najwyższej wartości, opiewające na łączną kwotę 22 077,5 tys. zł, co stanowiło 47,1% wszystkich środków przeznaczonych w latach 2017-2021 na sponsoring.

– zgodnie z umową sponsoringową BSN/133/2021/UNIA/sport oraz zdrowy i aktywny tryb życia/Warszawa, podmiot sponsorowany m.in. przyznał sponsorowi tytuł strategicznego sponsora, zobowiązał się do umieszczania logotypu sponsora na wszystkich materiałach promocyjnych, w informacjach prasowych i mediach społecznościowych. Kwota kontraktu wyniosła [...],

<sup>21</sup> W 2017 r. – 165 umów o wartości 4 641,6 tys. zł; w 2018 r. – 143 umowy na kwotę 5 583,2 tys. zł; w 2019 r. – 139 na kwotę 4 739,4 tys. zł; w 2020 r. – 60 na kwotę 4 235,5 tys. zł oraz w 2021 r. – 112 umów na kwotę 27 682,3 tys. zł.

<sup>22</sup> W 2017 r. – 85 w wysokości 6 858,8 tys. zł; w 2018 r. – 100 na kwotę 11 022,1 tys. zł; w 2019 r. – 72 na kwotę 10 903,6 tys. zł; w 2020 r. – 49 na kwotę 10 942,5 tys. zł; w 2021 r. – 46 na kwotę 10 795,9 tys. zł.

<sup>23</sup> Po 22 umowy w latach w 2017-2018 w wysokości [...] oraz [...]; w 2019 r. – [...]18 w wysokości [...]; w 2020 r. – 15 w wysokości [...]; w 2021 r. – 26 w wysokości [...].

<sup>24</sup> W 2017 r. wydano na ten cel [...] (55 umów); w 2018 r. – [...] (36); w 2019 r. – [...] (30); w 2020 r. – [...] (51); w 2021 r. – [...] (34).

<sup>25</sup> W 2017 r. – 8 umów o wartości [...]; w 2018 r. – 7 na kwotę [...]; w 2019 r. – 32 na kwotę [...]; w 2020 r. – 147 na kwotę [...]; w 2021 r. – 70 na kwotę [...].



- umowa sponsoringowa BSN/384/2021/UNIA/sport oraz zdrowy i aktywny tryb życia/Warszawa. Sponsorowany zobowiązał się m.in. do zapewnienia codziennej bezpośredniej relacji ze sponsorowanego wydarzenia, o czasie trwania min. 100 minut na antenach TVP, umieszczenia logo PZU w kampanii prasowej w *Przeglądzie Sportowym*, w kampanii internetowej na portalu [www.onet.pl](http://www.onet.pl), na bilbordach zewnętrznych o wymiarach 6m x 3m, w zwiastunie wyświetlanym w kinach Cinema City. Kwota kontraktu wynosiła [...]
- umowa sponsoringu BKK/1338/2018/UNIA/TN/CENTRALA. Sponsorowany zobowiązał się m.in. do umieszczania logo sponsora na wszystkich materiałach promujących wydarzenie, w pasku sponsorskim drukowanych materiałów komunikacyjnych, umożliwienia dystrybucji gadżetów i materiałów promocyjnych Sponsora wśród uczestników wydarzenia, zapewnienia ekspozycji wizerunkowej sponsora na konferencjach prasowych. Wartość kontraktu: [...],
- umowa o partnerstwie zawarta na okres od 1 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2023 r., jej przedmiotem było określenie warunków, na jakich osoba sponsorowana [...] miała kreować pozytywny wizerunek marek z Grupy PZU. Do obowiązków sponsorowanego należało m.in. umieszczenie i prezentowanie w okresie obowiązywania umowy, graficznego i słownego logotypu marki sponsora na stronie internetowej sponsorowanego, prezentowania sponsora jako głównego partnera w aktywnych oficjalnych profilach prowadzonych w mediach społecznościowych. Sponsor zobowiązał się do zapłaty na rzecz osoby sponsorowanej stałej opłaty rocznej oraz opłaty bonusowej zależnej od wyników w danym roku kalendarzowym. Wartość umowy w 2021 r. wyniosła [...],
- umowa o partnerstwie strategicznym z dnia 9 lutego 2021 r., zawarta m.in. w celu wspólnego wykorzystania potencjału naukowego sponsorowanego i doświadczeń Grupy PZU. Wartość kontraktu: [...]. Do końca 2021 r. umowa nie była realizowana – nie zawarto umów szczegółowych ani nie złożono wniosków na realizację konkretnych działań.

W wyniku analizy wskazanych wyżej umów sponsoringu, stwierdzono że:

- w okresie objętym kontrolą Spółka prowadziła działalność sponsoringową m.in. w obszarach sportu i kultury, co było zgodne z obszarami wskazanymi w corocznych planach rzeczowo-finansowych oraz w *Dobrych praktykach prowadzenia działalności sponsoringowej*,
- finansowanie i rozliczanie zadań sponsoringowych realizowano zgodnie z *Regulaminem działań sponsoringowych*,
- na etapie podejmowania decyzji o zawarciu umów, dokonywano analizy skutków finansowych, analizy celów komunikacyjnych oraz spodziewanych efektów realizacji umowy,
- Zarząd i Rada Nadzorcza Spółki podjęli uchwały w sprawie wyrażenia zgody na zawarcie powyższych umów o partnerstwie i sponsoringowych, a w przypadku dwóch umów Komitet Sponsoringu, Prewencji i CSR wydał wymagane rekomendacje Zarządowi PZU SA wyrażenia zgody na realizację zadania sponsoringowego,
- umowy zawierały postanowienia zabezpieczające interes Spółki w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania kontraktu,
- dokumentację dotyczącą realizacji umów stanowiły faktury, sprawozdania, raporty z realizacji umów, zawierające informacje o realizacji świadczeń sponsorskich na rzecz Spółki (np. comiesięczne raporty Social Media i kwartalne raporty Sponsoring Insight – w przypadku umowy o najwyższej wartości).

**1.4.3.** Szczegółowym badaniem objęto siedem umów darowizny pieniężnej (dla pięciu kontrahentów) wybranych według kryterium najwyższej wartości umowy<sup>26</sup>, na kwotę 2 946,5 tys. zł<sup>27</sup>, co stanowiło 5,8% wszystkich środków wydanych w latach 2017-2021 na darowizny.

Umowy zostały zawarte zgodnie z *Regulaminem działalności prewencyjnej PZU SA*. Zgodnie z postanowieniami umów, obdarowani przedstawili rozliczenia darowizn pieniężnych, gdzie wskazali rodzaj i wysokość poniesionych wydatków.

(akta kontroli str. 533-654)

**1.4.4.** Szczegółowym badaniem objęto trzy najwyższe wartościowo umowy medialne na łączną kwotę [...], co stanowiło 90,4% wszystkich wydatków przeznaczonych na ten cel w okresie objętym kontrolą.

- umowa ramowa z dnia 14 października 2019 r. Jej przedmiotem było m.in. świadczenie przez Dom Mediowy usług medialnych w zakresie doradztwa i planowania kampanii reklamowych, planowania mediów, kupowania i zarządzania kampaniami reklamowymi. PZU SA miała prawo dokonywać kontroli m.in. prawidłowości wykonywania umowy przez Dom Mediowy w zakresie finansowym, audyt mediowy w zakresie sposobu wykonywania umowy w zakresie merytorycznym. Wartość kontraktu [...]. Okres obowiązywania umowy 36 miesięcy – od 24 października 2019 r. do 24 października 2022 r. W latach 2019-2020 zrealizowano 94 zlecenia na łączną kwotę [...],
- umowa ramowa współpracy w zakresie realizacji działań mediowych nr 404/BZU/225PPZ/2016/2017 z dnia 16 marca 2017 r. Przedmiotem zawartej umowy było wykonywanie na zlecenie PZU SA usług w zakresie doradztwa i planowania kampanii oraz zakupu czasu i przestrzeni reklamowych. Obowiązki sprawozdawcze obejmowały sporządzanie przez Agencję raportów z wykonania wszystkich działań. Wartość umowy wynosiła [...]. Umowa obowiązywała w okresie od 16 marca 2017 r. do 31 grudnia 2019 r. i w jej ramach zrealizowano 434 zlecenia na łączną kwotę [...],
- umowa ramowa z dnia 16 marca 2020 r. Jej przedmiotem było m.in. świadczenie przez Dom Mediowy usług medialnych w zakresie doradztwa i planowania kampanii reklamowych, opracowanie strategii mediowej, bieżące informowanie na temat tendencji rozwoju rynku mediów, bieżące analizowanie aktywności reklamowej konkurentów Spółki. Wartość kontraktu: [...]. Umowę zawarto na okres od września 2020 r. do grudnia 2021 r., zrealizowano 243 zlecenia na łączną kwotę [...].

W wyniku badań wskazanych wyżej umów stwierdzono, że:

- wyboru wykonawców dokonano na podstawie wewnętrznych regulacji, tj. *Procedury wyboru Dostawców towarów i usług*:
  - z zachowaniem zasad konkurencyjności - po przeprowadzeniu postępowania przetargowego: w I etapie zaproszono domy mediowe do złożenia ofert wstępnych, które zostały ocenione zgodnie z wcześniej przyjętymi kryteriami, a następnie z wszystkimi oferentami odbyły się spotkania negocjacyjne. Złożyli oni oferty ostateczne, które komisja przetargowa oceniła i dokonała wyboru wykonawcy,
  - lub na podstawie wyłączeń stosowania *Procedury*,

<sup>26</sup> Wśród darowizn przekazanych podmiotom innym niż fundacje.

<sup>27</sup> Wartość umowy.

- Zarząd i Rada Nadzorcza Spółki podjęli uchwały w sprawie wyrażenia zgody na zawarcie umów,
- wykonawcy, zgodnie z postanowieniami zawartych umów, w zależności od rodzaju zlecenia, przedstawiali bieżące informacje z postępów realizacji umowy, comiesięczne raporty dotyczące realizacji Media Planów, raporty końcowe z wykonania zaplanowanych działań, w odniesieniu do kampanii reklamowych: raporty Pre-Buy B, Post-Buy, raporty z emisji Nielsen Audience Measurement (TV),
- w umowach zabezpieczone zostały interesy Spółki w przypadku nienależytego wykonania zamówionych usług.

W latach objętych kontrolą główne działania Spółki w kategorii działań medialnych, reklamowych i PR obejmowały przede wszystkim realizację kampanii promocyjnych i wizerunkowych prowadzonych za pośrednictwem telewizji, radia i Internetu. Zakres działań związany był z przedmiotem działalności Spółki, dotyczył promocji jej produktów, pozytywnego wizerunku PZU SA. W latach 2018-2021 (do 30 czerwca), w ramach największych kampanii prowadzonych przez Biuro Marketingu, wydatki na poszczególne media wyniosły:

- prasa – [...],
- stacje TV – [...],
- stacje radiowe – [...],
- Internet – [...].

W latach 2017-2021 Spółka posiadała własne służby marketingowe i prasowe zorganizowane w formie biur – Biura Marketingu oraz Biura Komunikacji Korporacyjnej (BKK).

Według stanu na dzień 31 grudnia danego roku zatrudnienie w Biurze Marketingu wyniosło: po 42 osoby w latach 2017-2018, po 45 osób w latach 2019-2020 oraz 46 osób w 2021 r.

Przedmiotem działania Biura Komunikacji Korporacyjnej było zarządzanie w Spółce:

- komunikacją korporacyjną,
- sponsoringiem - do 17 grudnia 2020 r.,
- prewencją - do 31 maja 2018 r.,
- działaniami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) - do 30 czerwca 2018 r.

Według stanu na dzień 31 grudnia danego roku zatrudnienie w Biurze Komunikacji Korporacyjnej wyniosło: 29 osób w 2017 r., po 23 osoby w latach 2018-2019 oraz po 16 osób w latach 2020-2021.

(akta kontroli str. 1041-1157)

**1.4.5.** Szczegółowym badaniem objęto umowy prawne na łączną kwotę [...], co stanowiło 12,8% wszystkich wydatków przeznaczonych na ten cel w okresie objętym kontrolą.

- umowa ramowa z dnia 9 lutego 2017 r. na świadczenie usług doradztwa prawnego, kwota umowy [...]. W latach 2018-2020 zrealizowano 15 zleceń w ramach umowy, na kwotę [...],

- umowa ramowa z dnia 1 lutego 2018 r. na świadczenie usług doradztwa prawnego, wartość kontraktu: [...]. W latach 2018-2020 zrealizowano 25 zleceń w ramach umowy, na kwotę [...],
- umowa ramowa z dnia 28 sierpnia 2019 r. na świadczenie usług doradztwa prawnego, wartość umowy [...]. W latach 2019-2021 zrealizowano trzy zlecenia w ramach umowy, na kwotę [...].

W wyniku badania powyższych umów stwierdzono, że:

- umowy zawierane były zgodnie z *Zasadami współpracy PZU SA i PZU Życie SA z kancelariami prawnymi oraz autorytetami prawnymi* – kancelarie, z którymi zawarto umowy znajdowały się na liście kancelarii prawnych, z którymi Spółka może zawrzeć umowy ramowe z wyłączeniem postanowień Procedury wyboru dostawców towarów i usług - zatwierdzonej przez Zarząd Spółki w formie uchwały,
- Zarząd wyraził zgodę na zawarcie umowy ramowej w formie uchwały,
- umowy zostały zawarte na czas nieokreślony,
- zakres usług, wskazany w powyższych umowach obejmował doradztwo w zakresie: interpretacji prawnej przepisów dotyczących działalności PZU SA, kwestii prawnych wynikających z zawartych umów ubezpieczenia, jak również przy zawieraniu tych umów, ich zmianie i negocjowaniu, produktów ubezpieczeniowych oraz ustalania treści wzorców umów oraz ogólnych warunków ubezpieczenia, ustalania treści projektów zmian przepisów dotyczących działalności PZU SA, nieruchomości, projektów informatycznych, w sprawach korporacyjnych transakcji na rynku kapitałowym i finansowym, reprezentowania Spółki przed organami administracji publicznej, sądami powszechnymi i w postępowaniach arbitrażowych.
- świadczenie usług przez kancelarię następowało po złożeniu przez Zleceniodawcę pisemnego zlecenia. Potwierdzeniem odbioru wykonanych usług był protokół odbioru usług, podpisany przez osobę dokonującą odbioru,
- zlecenie wykonania usługi prawnej było poprzedzone wysłaniem zapytań ofertowych do co najmniej trzech kancelarii prawnych, z którymi zawarte były umowy ramowe,
- umowy zawierały postanowienia zabezpieczające interesy PZU SA, w tym dotyczące należytego wykonania umowy,
- usługi realizowane na ich podstawie związane były z działalnością PZU SA.

W latach 2017-2021 Spółka posiadała własne służby prawne zorganizowane w formie Biura Prawnego – w Centrali PZU SA<sup>28</sup>. Przedmiotem jego działania było m.in.:

- zapewnienie funkcjonowania Spółki zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i regulacjami wewnętrznymi,
- organizacja i świadczenie pomocy prawnej na rzecz organów statutowych i struktur Spółki.

Według stanu na dzień 31 grudnia danego roku zatrudnienie w nim wyniosło: po 42 osoby – w latach 2017-2018, po 44 osoby – w latach 2019-2020 oraz 45 osób

<sup>28</sup> W Zespołach Obsługi Prawnej w jednostce specjalistycznej Centrum Wsparcia Procesów Obsługi Szkód i Świadczeń, przekształconej od 1 maja 2019 r. w Centrum Obsługi Prawnej, a od 1 stycznia 2022 r. w Centrum Obsługi Prawnej i Reklamacyjnej – w Pionie Obsługi Szkód, Świadczeń i Kanałów Zdalnych byli zatrudnieni prawnicy świadczący pomoc prawną, ale osoby te nie są zatrudnione w Biurze Prawnym, a ww. komórki nie są właściwe w zakresie spraw prawnych, wykonują zadania w zakresie obsługi likwidacji szkód.

w 2021 r., z czego na listę radców prawnych wpisanych było po 36 osób w latach 2017-2020 (85,7%), po 38 w latach 2019-2020 (36,4%) oraz 39 w roku 2021 (86,7%).

W okresie objętym kontrolą Spółka miała podpisane 42 umowy na stałe świadczenie usług prawnych, tzw. umowy ramowe. Fakt korzystania z usług prawnych wynikał w szczególności z konieczności uzyskania szczególnych informacji prawnych. Przygotowanie takich informacji (opinii, wyjaśnień, raportów) wymagało posiadania wiedzy wysoce specjalistycznej.

(akta kontroli str. 331-430, 1147-1315)

**1.4.6.** Kontrolą objęto trzy najwyższe wartościowo umowy doradcze na łączną kwotę brutto [...] (51,7% wszystkich tego rodzaju wydatków w okresie objętym kontrolą):

- umowa z dnia 23 listopada 2017 r. w zakresie doradztwa finansowego (bank inwestycyjny), wartość kontraktu [...],
- umowa z dnia 5 czerwca 2018 r. w zakresie świadczenia usług doradczych, wartość umowy [...],
- umowa z dnia 31 stycznia 2020 r. w zakresie usług doradztwa transakcyjnego, wartość kontraktu [...], poniesione przez Spółkę wydatki wyniosły [...].

W odniesieniu do powyższych umów stwierdzono, że:

- usługi doradztwa zawierano w ramach realizowanych przez Spółkę projektów,
- wybór doradców był zatwierdzany przez Komitety Sterujące poszczególnych projektów, Zarząd i Radę Nadzorczą Spółki,
- w przypadku dwóch umów Komitet Sterujący rekomendował przeprowadzenie rozmów z potencjalnymi wykonawcami (z uwagi m.in. na poufny charakter projektu), w przypadku wyboru doradcy transakcyjnego zastosowano tryb konkurencyjny,
- umowy zawierały postanowienia zabezpieczające interesy PZU SA, w tym ich należyte wykonanie
- potwierdzeniem realizacji zadań w ramach umowy były protokoły odbioru.

(akta kontroli str. 954-1040)

Stwierdzone  
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

**OCENA CZĄSTKOWA**

Spółka prowadziła działalność sponsoringową na podstawie obowiązujących regulacji wewnętrznych, po sporządzeniu stosownych planów.

Zakupy badanych usług prawnych, doradczych i medialnych były uzasadnione i dokonane z zastosowaniem przyjętych w Spółce zasad. Zawarte umowy wpisywały się w realizację celów operacyjnych Spółki i służyły prowadzonej działalności.

**OBSZAR**

## **2. Mierzenie i osiągnięcie efektów działalności sponsoringowej, usług medialnych, doradczych i prawnych**

Opis stanu  
faktycznego

**2.1.** Według *Regulaminu działalności sponsoringowej PZU SA i PZU Życie SA* z dnia 28 stycznia 2020 r., jednym z elementów rocznego raportu ze zrealizowanych przez Spółkę zadań sponsoringowych była analiza efektywności tych zadań.

Biuro Komunikacji Korporacyjnej<sup>29</sup>, zgodnie z postanowieniami *Regulaminu*, sporządzało okresowe raporty z działalności sponsoringowej PZU SA (za lata 2017-

<sup>29</sup> Za rok 2021 raport roczny przygotowało Biuro Promocji Marki i Sponsoringu.

2021), w których m.in. wskazywano stopień realizacji planów finansowo-rzeczowych, liczbę i wartość zrealizowanych zadań sponsoringowych w podziale na kierunki sponsoringowe, liczbę złożonych wniosków sponsoringowych, liczbę i wartość podpisanych umów sponsoringowych, wyniki kontroli realizacji działań sponsoringowych.

Ponadto, raporty za lata 2019-2021 uwzględniały także analizę efektywności zrealizowanych zadań sponsoringowych. Analizy te w poszczególnych latach, zostały przedstawione w oparciu o następujące badania, przeprowadzone na reprezentatywnej grupie posiadaczy ubezpieczeń w Polsce:

- *Komunikacja zaangażowania społecznego/sponsoring Grupy PZU: potencjał i ryzyka* z 25 listopada 2019 r., przygotowane przez ARC Rynek i Opinia,
- *Komunikacja zaangażowania społecznego, prewencyjnego i sponsoringowego Grupy PZU: potencjał i ryzyka* z 29 października 2020 r., przygotowane przez Grupę IQS,
- *Zaangażowanie społeczne i sponsoringowe Grupy PZU w 2021 r. Badanie wpływu na wizerunek i intencję zakupu marki PZU* z 15 marca 2022 r., przygotowane przez Grupę IQS.

Z analiz wynikało m.in., że posiadacze ubezpieczeń byli świadomi zaangażowania społecznego lub sponsoringowego PZU, przy czym najbardziej rozpoznawalne akcje społeczne PZU w latach 2019-2021 to wspieranie imprez i wydarzeń sportowych oraz dbałość o bezpieczeństwo na drodze. Badania zawierały także ocenę wizerunku PZU – osoby, które miały kontakt z działaniami sponsoringowymi, postrzegały PZU jako firmę wspierającą sport, aktywną społecznie, podejmującą działania pośrednio lub bezpośrednio przekładające się na jakość życia Polaków.

Spodziewane efekty realizacji poszczególnych umów były jednym z elementów na etapie podejmowania decyzji o zawarciu umowy, obok analizy skutków finansowych, i celów komunikacyjnych.

Po zakończeniu okresu obowiązywania umowy, sponsorowani przedstawili szczegółowe podsumowanie umowy (w formie raportów, sprawozdań), obejmujące cały okres jej obowiązywania. Raporty te podlegały akceptacji przez Spółkę.

Zarząd PZU SA corocznie przedstawiał *Sprawozdania dotyczące informacji niefinansowych Grupy Kapitałowej PZU i PZU SA*, w których prezentowane były wysokości wydatków w ramach działalności prewencyjnej, wielkości darowizn rzeczowych i finansowych.

W corocznych *Sprawozdaniach Rady Nadzorczej PZU SA z działalności Rady Nadzorczej jako organu Spółki*<sup>30</sup>, Rada Nadzorcza dokonywała oceny racjonalności prowadzonej przez Spółkę polityki dotyczącej działalności sponsoringowej, charytatywnej lub innej o zbliżonym charakterze. W Sprawozdaniach składanych za lata objęte kontrolą, Rada Nadzorcza oceniła, że zasady wprowadzone w Spółce w odniesieniu do tych działalności, były stosowane w sposób właściwy i zgodny z deklaracjami organów statutowych PZU SA.

Według wyjaśnień Dyrektor Biura Compliance<sup>31</sup>, organy spółki *in gremio* lub indywidualni członkowie nie przygotowywali/nie zlecali raportów w zakresie

<sup>30</sup> Uchwały Rady Nadzorczej PZU SA: nr URN/34/2018 z dnia 15 maja 2018 r., nr URN/48/2019 z dnia 16 kwietnia 2019 r., nr URN/46/2020 z dnia 28 kwietnia 2020 r., nr URN/42/2021 z dnia 12 maja 2021 r., nr URN/88/2022 z dnia 1 czerwca 2022 r.

<sup>31</sup> Pismo z dnia 17 listopada 2022 r.

działalności sponsoringowej Spółki, gdyż raporty dotyczące działalności sponsoringowej przygotowywane są przez Spółkę cyklicznie.

(akta kontroli str. 672-755, 1316-1428, 1451-1469)

**2.2.** Walne Zgromadzenie PZU SA rozpatrywało coroczne *Sprawozdania Zarządu PZU SA o wydatkach reprezentacyjnych, a także wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem*<sup>32</sup>.

W odniesieniu do zakupu usług medialnych, ocena efektywności działalności medialnej była zakładana na etapie decyzji o zawarciu umowy, wnioski o wyrażenie zgody na zawarcie umowy, kierowane do Zarządu Spółki a następnie do Rady Nadzorczej zawierały uzasadnienie z elementami analizy przewidywanych rezultatów, sporządzano także analizy efektów finansowych. Spółka otrzymała, w zależności od zakresu usług objętych umowami, raporty wykonanych zleceń ze świadczenia usług dokumentujące efekty działań, raporty działań w mediach społecznościowych – postępów w realizacji założonych celów zasięgowych, wizerunkowych i sprzedażowych wskazujące na efektywność podjętych działań.

Objęte szczegółowym badaniem umowy zakupu usług prawnych i umowy zakupu usług doradczych, przewidywały zasady dokumentowania i odbioru merytorycznego wykonanych usług. Realizacja poszczególnych usług prawnych i doradztwa była udokumentowana i rozliczona na podstawie protokołów odbioru.

(akta kontroli str. 954-1040, 1158-1315, 1429-1450)

Stwierdzone  
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

Ocena  
częstkowa

W PZU SA obowiązywały regulacje wewnętrzne dotyczące obowiązku sporządzania analizy efektywności zrealizowanych zadań sponsoringowych. Wyniki tych analiz były prezentowane w raportach rocznych dotyczących działalności sponsoringowej. Zleceniobiorcy sporządzali raporty, których elementem była ocena efektów zakupu usług medialnych. W przypadku usług doradczych i prawnych odbiór zrealizowanych usług był udokumentowany protokołami odbioru.

OBSZAR

### 3. Nadzór nad fundacjami

Opis stanu  
faktycznego

W latach 2017-2021 PZU SA była fundatorem czterech fundacji:

- Fundacji PZU – ustanowionej przez Powszechny Zakład Ubezpieczeń SA w dniu 21 maja 1997 r. Fundacja powstała jako Fundacja Rozwoju Ubezpieczeń. W dniu 3 lipca 2001 r. w drodze uchwały Rady Fundacji zmieniono nazwę Fundacji na Fundacja Charytatywna PZU, a zmiana nazwy na obecną nastąpiła w drodze uchwały Rady Fundacji podjętej w dniu 30 lipca 2004 r.<sup>33</sup>,
- Polskiej Fundacji Narodowej utworzonej w dniu 15 listopada 2016 r. przez 17 Fundatorów,
- Fundacji Rodzin Górniczych ustanowionej w dniu 29 sierpnia 1997 r. przez 17 fundatorów,
- Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego ustanowionej w dniu 25 czerwca 1996 r. przez 14 fundatorów.

<sup>32</sup> 28 czerwca 2018 r., 24 maja 2019 r., 26 maja 2020 r., 16 czerwca 2021 r. 29 czerwca 2022 r.

<sup>33</sup> Fundacja PZU realizowała działania filantropijne Grupy PZU, będące elementem jej strategii zaangażowania społecznego. Celem Fundacji było promowanie edukacji dzieci i młodzieży, wspieranie talentów oraz wyrównywanie szans osób z różnymi niepełnosprawnościami, a także zwiększanie dostępu do dóbr kultury i życia społecznego, czyli szeroko rozumiany rozwój społeczeństwa obywatelskiego.

Zgodnie ze statutami tych fundacji, ich fundatorzy mieli możliwość powołania swoich przedstawicieli do Rady Fundacji i z prawa tego PZU SA korzystała. We władzach ww. fundacji zasiadali zarówno zatrudnieni, jak i niezatrudnieni w Spółce przedstawiciele PZU SA.

Statut Fundacji PZU<sup>34</sup> §17 ust.1 stanowił, że Zarząd Fundacji składa się z od jednego do trzech członków, w tym Prezesa Zarządu. Zgodnie z ust. 2 tego paragrafu, członkowie Zarządu Fundacji PZU, w tym Prezes, są powoływani i odwoływani przez Radę Fundacji. W okresie maj 2016 r. – czerwiec 2020 r. Zarząd Fundacji był dwuosobowy – Prezesem Fundacji PZU była Pani Jolanta Zabarnik-Nowakowska<sup>35</sup>, Członkiem Zarządu Fundacji – Pani Marta Wolańska<sup>36</sup>, od czerwca 2020 r. Zarząd był jednoosobowy – Prezesem jest Pani Jolanta Zabarnik-Nowakowska<sup>37</sup>.

Zgodnie z §14 ust. 1 Statutu Fundacji PZU, Rada Fundacji składa się z nie mniej niż trzech i nie więcej niż dziewięciu osób. Członkowie Rady Fundacji byli powoływani i odwoływani – jak stanowił ust. 2 tego paragrafu – przez Fundatora w porozumieniu z PZU Życie SA i co najmniej 1/3 członków Rady Fundacji, w tym jej Przewodniczący, stanowiły osoby niezależne od Fundatora i cieszące się zaufaniem społecznym. W latach 2017-2021 w skład Rady Fundacji wchodziło siedem osób. PZU SA – poprzez swoich przedstawicieli w Radzie Fundacji – na bieżąco monitorowała i analizowała działalność Fundacji PZU. W okresie objętym kontrolą Spółka, zgodnie z kompetencjami określonymi w §12 Statutu Fundacji PZU, zatwierdzała roczne plany finansowe i rzeczowe Fundacji oraz roczne sprawozdania finansowe (zawierające sprawozdanie niezależnego biegłego rewidenta), sprawozdania z działalności Rady Fundacji, z działalności Zarządu i z działalności Fundacji. Spółka nie otrzymywała informacji od Ministra nadzorującego Fundację o ewentualnych nieprawidłowościach w niej występujących.

W okresie objętym kontrolą, PZU SA wsparła jako fundator, trzy fundacje środkami finansowymi na cele statutowe w łącznej kwocie 68 615,0 tys. zł, przekazując Fundacji PZU kwotę 47 415,0 tys. zł<sup>38</sup> (5 umów darowizny), Polskiej Fundacji Narodowej kwotę 21 000,0 tys. zł<sup>39</sup> oraz Fundacji Rodzin Górniczych kwotę 200,0 tys. zł (w 2017 r.).

(akta kontroli str. 454-494)

Stwierdzone  
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości

**OCENA  
CZĄSTKOWA**

PZU SA wykorzystywała możliwość powołania swoich przedstawicieli do organów wspieranych fundacji. Prowadzony przez przedstawicieli Spółki w Radzie Fundacji PZU nadzór nad realizacją jej gospodarki finansowej zapewnił realizację przez Zarząd Fundacji wszystkich obowiązków dotyczących przygotowywania planów finansowych.

## **IV. Uwagi i wnioski**

Wnioski

W związku z niestwierdzeniem nieprawidłowości, Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje uwag ani wniosków pokontrolnych.

<sup>34</sup> Pierwszy Statut Fundacji PZU z dnia 12 sierpnia 1997 r. był dwukrotnie zmieniany (w 2001 r. i 2003 r.). W dniu 30 lipca 2004 r. uchylono dotychczasowy i uchwalono nowy tekst Statutu, który zmieniano pięciokrotnie.

<sup>35</sup> Uchwała Rady Fundacji PZU nr 8/RF/2016 z dnia 10 maja 2016 r.

<sup>36</sup> Uchwała Rady Fundacji PZU nr 3/RF/2016 z dnia 3 marca 2016 r.

<sup>37</sup> Uchwała Rady Fundacji PZU nr 13/RF/2019 z dnia 2 lipca 2019 r.

<sup>38</sup> Kwota 6 000,0 tys. zł w 2017 r.; 10 365,0 tys. zł w 2018 r.; po 10 350,0 tys. zł w latach 2019-2021 r.

<sup>39</sup> Kwota 7 000,0 tys. zł w 2017 r.; po 3 500,0 tys. zł w latach 2018-2021.



## V. Pozostałe informacje i pouczenia

Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

Prawo zgłoszenia  
zastrzeżeń

Zgodnie z art. 54 *ustawy o NIK* kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do dyrektora Departamentu Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji Najwyższej Izby Kontroli. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 *ustawy o NIK*, nie przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały w sprawie zastrzeżeń.

Warszawa, 25 listopada 2022 r.

Kontroler  
Anna Pruszkowska  
specjalista kontroli państwowej  
/-/

.....  
*podpis*

Najwyższa Izba Kontroli  
Departament Gospodarki,  
Skarbu Państwa i Prywatyzacji  
p.o. Dyrektora  
Maciej Maciejewski  
z up. p.o. Wicedyrektora  
Edyta Kosiarz  
/-/

.....  
*podpis*