



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Delegatura w Katowicach

LKA.410.006.01.2022

Pan
Paweł Szczeszek
Prezes Zarządu
TAURON Polska Energia S.A.
ul. ks. Piotra Ściegiennego 3
40-114 Katowice

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

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

Zamieszczony w treści nin. wystąpienia pokontrolnego symbol [...] oznacza, że wyłączono dane stanowiące tajemnicę przedsiębiorcy. Tajemnica przedsiębiorcy jest ustawowo chroniona na podstawie art. 5 ust.2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (t.j. Dz.U. z 2022 r., poz. 902) w związku z art.11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz.U. z 2022 r., poz.1233).

I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	TAURON Polska Energia S.A. w Katowicach ¹ , ul. ks. Piotra Ściegiennego 3, 40-114 Katowice
Kierownik jednostki kontrolowanej	Paweł Szczeszek, Prezes Zarządu od dnia 11 kwietnia 2022 r. ²
Zakres przedmiotowy kontroli	<ol style="list-style-type: none">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.2. Mierzenie efektów działalności sponsoringowej oraz zakupionych usług medialnych i konsultingowych, przez spółkę oraz grupę kapitałową.3. Osiąganie przez spółkę oraz grupę kapitałową rezultatów działalności sponsoringowej oraz wydatkowania środków na zakup usług medialnych, konsultingowych i prawnych.4. Gospodarność i legalność wydatkowania w spółce oraz w grupie kapitałowej środków na działalność sponsoringową mecenat, darowizny oraz zakup usług medialnych, konsultingowych i prawnych.5. Działania związane z ustanawianiem przez spółkę oraz w grupie kapitałowej fundacji oraz realizacją uprawnień i zadań fundatora.
Okres objęty kontrolą	Od 1 stycznia 2017 r. do 31 grudnia 2021 r., z uwzględnieniem działań oraz dowodów wytworzonych przed i po tym okresie, jeżeli miały one wpływ na kontrolowaną działalność.
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 3 pkt 4 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli ³ .
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Katowicach
Kontrolerzy	<ol style="list-style-type: none">1. Izabela Pilarek, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr: LKA/73/2022 z 25 marca 2022 r.2. Iwona Potocka, specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LKA/72/2022 z 25 marca 2022 r.3. Piotr Graca, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LKA/85/2022 z 5 kwietnia 2022 r.

(akta kontroli str. 1-7a)

¹ Zwana dalej: „TPE” lub Spółką.

² Wcześniej, tj. od 5 sierpnia 2021 r. do 10 kwietnia 2022 r. obowiązki Prezesa Zarządu pełnił Artur Michałowski. Od 1 kwietnia do 4 sierpnia 2021 r. Prezesem Zarządu był Paweł Strączyński. W okresie od 1 do 31 marca 2021 r. obowiązki Prezesa Zarządu pełnił Marek Wadowski. Od 15 lipca 2020 r. do 28 lutego 2021 r. Prezesem Zarządu był Wojciech Ignacok, a od 15 listopada 2016 r. do 14 lipca 2020 r. Filip Grzegorzczak.

³ Dz. U. z 2022 r. poz. 623; zwana dalej: ustawą o NIK.

II. Ocena ogólna kontrolowanej działalności

OCENA OGÓLNA

Spółka prowadziła działalność sponsoringową zgodnie z obowiązującymi w niej *Zasadami sponsoringu*, przy osiąganiu dodatniego wyniku operacyjnego (EBITDA). Przestrzegano też ustanowionych zasad świadczenia usług prawnych. Zakup objętych badaniem usług, prawnych, medialnych i konsultingowych oraz działalność sponsoringowa były zgodne z przedmiotem działalności Spółki.

Cztery z pięciu badanych umów sponsoringowych zostały zawarte przez Spółkę w wyniku przeprowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego zgodnie z ustawą z 19 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych⁴ w trybie zamówienia z wolnej ręki. Jedną umowę zawarto natomiast w trybie niekonkurencyjnym, biorąc pod uwagę wysoką efektywność sponsoringową corocznie realizowanego projektu⁵, przy czym umowy sponsoringowe były objęte wyłączeniem przedmiotowym ze stosowania „*Regulaminu udzielania zamówień w Grupie TAURON*”⁶.

Wyboru wykonawców objętych badaniem usług medialnych (trzy umowy), konsultingowych (dwie z trzech umów) i doradztwa prawnego (jedna umowa) dokonano - zgodnie z obowiązującym RUZ - w trybie ofertowym. Dwie badane umowy o świadczenie usług prawnych dotyczące zastępstwa procesowego, ze względu na wyłączenie przedmiotowe z RUZ i Pzp zawarto w trybie niekonkurencyjnym, natomiast umowę konsultingową dotyczącą wdrożenia RODO, ze względu na specyfikę usługi, zawarto wskutek udzielenia zamówienia bezpośredniego, tj. z pominięciem procedur określonych w RUZ, po przeprowadzeniu negocjacji z wykonawcą.

Spółka dokonywała oceny efektów działalności sponsoringowej i konsultingowej zgodnie z obowiązującymi w TPE procedurami. Założony efekt medialny sprawdzano przy użyciu wskaźnika ekwiwalentu reklamowego AVE⁷, korzystając z usług niezależnego podmiotu zewnętrznego. W Spółce nie obowiązywały wprawdzie procedury dokonywania oceny efektów usług prawnych, jednakże w umowach określano zasady dokumentowania oraz rozliczania czasu pracy i odbioru merytorycznego wykonanych usług.

Spółka nie dokonywała jednak - pod kątem osiąganych korzyści wizerunkowych - analizy działalności dwóch fundacji, którym przekazywała darowizny. Stwierdzono również, że Spółka zgodnie ze Statutem Fundacji Tauron powoływała swoich przedstawicieli do Rady tej fundacji Tauron. Natomiast w przypadku Polskiej Fundacji Narodowej, którą TPE wspierała i była jednym z jej fundatorów, mimo posiadania takich uprawnień, przez okres blisko ośmiu miesięcy, nie powołała do Rady tej fundacji swojego przedstawiciela.

⁴ Dz.U. z 2021 r., poz. 1129 ze zm.; zwana dalej: „Pzp”.

⁵ TAURON Nowa Muzyka.

⁶ Zwany dalej: „RUZ”.

⁷ AVE – ekwiwalent reklamowy, tj. wycena danego przekazu określana w zł, polegająca na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odsłon, liczby unikatowych użytkowników, czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie trzeba byłoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego oraz oceny cząstkowe⁸ kontrolowanej działalności

OBSZAR

1. Ustanawianie i przestrzeganie zasad działalności sponsoringowej, dokonywanie darowizn, sprawowanie mecenatu, ponoszenie wydatków na usługi medialne, konsultingowe i prawne oraz gospodarność wydatkowania środków w tych obszarach

Opis stanu faktycznego

1.1. Wybrane zagadnienia informacyjne

TPE jest spółką dominującą wchodzącą w skład Grupy Kapitałowej⁹ TAURON¹⁰. W latach 2017-2021 przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi Grupy TAURON (w tym TPE) i jej wyniki finansowe kształtowały się następująco:

- w 2017 r. przychody wyniosły 17.424.551 tys. zł, a zysk netto 1.382.946 tys. zł,
- w 2018 r. przychody wyniosły 18.121.748 tys. zł, a zysk netto 207.045 tys. zł,
- w 2019 r. przychody wyniosły 20.510.942 tys. zł, a strata netto (-)11.683 tys. zł,
- w 2020 r. przychody wyniosły 20.433.848 tys. zł, a strata netto (-)2.487.877 tys. zł,
- w 2021 r. przychody wyniosły 25.605.000 tys. zł, zysk netto 385.000 tys. zł.

Wyniki z działalności operacyjnej Grupy TAURON wyniosły:

- w 2017 r. zysk 1.879.321 tys. zł,
- w 2018 r. zysk 790.729 tys. zł,
- w 2019 r. zysk 295.454 tys. zł,
- w 2020 r. strata (-)1.014.635 tys. zł,
- w 2021 r. zysk 916.000 tys. zł.

Przychody TPE i jej wyniki finansowe przedstawiały się następująco:

- w 2017 r. przychody 7.792.025 tys. zł, a zysk netto 854.351 tys. zł,
- w 2018 r. przychody 8.618.642, tys. zł, a strata netto (-) 1.709.853 tys. zł,
- w 2019 r. przychody 10.680.577 tys. zł, a strata netto (-) 462.830 tys. zł,
- w 2020 r. przychody: 11.340.464 tys. zł, a strata netto (-) 3.589.655 tys. zł,
- w 2021 r. przychody: 18.216.000 tys. zł, a zysk netto 260.000 tys. zł.

Wyniki TPE z działalności operacyjnej wyniosły:

- w 2017 r. - zysk 262.788 tys. zł,
- w 2018 r. - zysk 22.659 tys. zł,
- w 2019 r. - zysk 101.102 tys. zł,
- w 2020 r. - strata (-) 909.903 tys. zł,
- w 2021 r. - zysk 45.000 tys. zł.

(akta kontroli str. 3280-3283, 3303-3305)

W okresie objętym kontrolą Grupa TAURON (bez TPE) zawarła 4.536 umów na działalność wizerunkową i wybrane usługi ponosząc następujące wydatki na te działania:

- na działalność sponsoringową: w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r.[...]¹¹,
- na usługi doradcze/konsultingowe¹²: w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],

⁸ 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.

⁹ Zwanej dalej: Grupą TAURON.

¹⁰ Grupę TAURON tworzy ok. 30 powiązanych kapitałowo podmiotów gospodarczych.

¹¹ W 2020 r. i 2021 r. na takie działania Grupa TAURON (bez TPE) nie ponosiła wydatków

¹² Poza usługami medialnymi.

- na usługi prawne: w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],
- na usługi medialne (w tym reklamowe): w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],
- na darowizny (w tym charytatywne): w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...].

W tych samych latach, TPE zawarła 767 umów na działalność sponsoringową wizerunkową i usługi doradcze ponosząc następujące wydatki na:

- działalność sponsoringowa: w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],
- usługi doradcze/konsultingowe¹³: w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],
- usługi prawne: w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],
- usługi medialne (w tym reklamowe): w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...], w 2021 r. [...],
- darowizny (całość na cele charytatywne): w 2017 r. [...], w 2018 r. [...], w 2019 r. [...], w 2020 r. [...] (tym dwie darowizny udzielone Fundacji TAURON [...] z 23 marca 2020 r. i [...] z 4 listopada 2020 r. z przeznaczeniem na przeciwdziałanie skutkom rozprzestrzeniania się wirusa SARS-CoV-2), w 2021 r. – brak wypłat.

W kontrolowanym okresie TPE nie sprawowała mecenatu nad żadnymi projektami, jak również nie obejmowała mecenatem podmiotów czy osób.

(akta kontroli str. 3276-3281, 3284-3285)

W latach 2017-2021, efektywność projektów sponsoringowych wynosiła od 5,83 zł do 20,51 zł¹⁴. W tym samym okresie, skonsolidowane przychody netto ze sprzedaży wynosiły od 17.416 mln zł do 25.614 mln zł¹⁵, a zysk operacyjny EBITDA¹⁶ od 3.337 mln zł do 4.226 mln zł¹⁷.

(akta kontroli str. 2834-2835)

1.2. Opracowanie i wdrożenie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej, sprawowania mecenatu, udzielania darowizn oraz zasad zlecenia (zakupu) usług medialnych, prawnych i konsultingowych

Opis stanu faktycznego

Spółka opracowała i wdrożyła do stosowania w Grupie Kapitałowej TAURON m.in. uregulowania dotyczące prowadzenia działalności sponsoringowej, zakupu usług doradczych, działań promocyjnych i CSR¹⁸, udzielania darowizn i udzielania zamówień takie jak:

- „Strategia sponsoringu Grupy TAURON na lata 2018-2025”¹⁹, „Zasady sponsoringu w Grupie TAURON”²⁰, doprecyzowane dokumentem pn.

¹³ Poza usługami medialnymi.

¹⁴ W 2017 r. - 6,71 zł, w 2018 r. - 14,83 zł, w 2019 r. - 5,83 zł, w 2020 r. - 10,18 zł, a w 2021 r. - 20,51 zł.

¹⁵ W 2016 r. - 17.646 mln zł, w 2017 r. - 17.416 mln zł, w 2018 r. - 18.122 mln zł, w 2019 r. - 19.558 mln zł, w 2020 r. - 20.850 mln zł, a w 2021 r. - 25.614 mln zł.

¹⁶ Zysk operacyjny przed odliczeniem odsetek od oprocentowanych zobowiązań, podatków oraz amortyzacji.

¹⁷ W 2016 r. - 3.337 mln zł, w 2017 r. - 3.545 mln zł, w 2018 r. - 3.492 mln zł, w 2019 r. - 3.619 mln zł, w 2020 r. - 4.226 mln zł, a w 2021 r. 4.152 mln zł.

¹⁸ Społeczna odpowiedzialność biznesu.

¹⁹ Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 30 /2019 Prezesa Zarządu TPE z 11 października 2019 r., zwana dalej „Strategią sponsoringu” Wcześniej obowiązywała „Strategia sponsoringu Grupy TAURON na lata 2018-2025”, wprowadzona zarządzeniem nr 116/2017 Prezesa Zarządu TPE z 20 listopada 2017 r.

²⁰ Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 7/2019 Prezesa Zarządu TPE z 23 kwietnia 2019 r.; zwane dalej „Zasadami sponsoringu”. Upřednio obowiązywały „Zasady prowadzenia działalności sponsoringowej w Grupie TAURON” wprowadzone zarządzeniami: nr 8/2014 Prezesa Zarządu TPE z 1 sierpnia 2014 r. i nr 86/2017 Prezesa Zarządu TPE z 14 lipca 2017 r.

„Metodologia badań projektów sponsoringowych²¹”, „Strategia marki TAURON na lata 2018-2025²²”, „Regulamin stosowania klauzul standardowych i wzorów umów w Grupie TAURON²³”,

- „Korporacyjna Polityka Zakupowa Grupy TAURON²⁴”, „Procedura oceny wiarygodności kontrahentów w Grupie TAURON²⁵”, „Regulamin Udzielania Zamówień w Grupie TAURON²⁶”, „Zasady korzystania z usług doradczych związanych z zarządzaniem w Grupie TAURON²⁷”, „Zasady organizowania przedsięwzięć z podmiotami zewnętrznymi w Grupie TAURON²⁸”, „Zasady świadczenia oraz standaryzacji usług prawnych związanych z zarządzaniem w Grupie TAURON²⁹”,
- „Zasady prowadzenia działalności promocyjnej w Grupie TAURON³⁰”, „Zasady prowadzenia projektów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w Grupie TAURON³¹”,

²¹ Zwana dalej „Metodologią”. Wcześniej obowiązywała „Metodologia badawcza doboru, planowania, analizowania i raportowania efektywności działań sponsoringowych” stanowiąca załącznik nr 1 do zarządzenia nr 11/2014 Prezesa Zarządu TPE z 9 września 2014 r.

²² Wprowadzona zarządzeniem nr 115/2017 Prezesa Zarządu TPE z 3 listopada 2017 r. (obowiązująca z dniem podpisania); zwana dalej: „Strategią marki”.

²³ Zwany dalej: „Regulaminem stosowania klauzul”; wprowadzony zarządzeniem nr 34/2020 Prezesa Zarządu TPE z 16 kwietnia 2020 r. (obowiązujący z dniem podpisania). Wcześniej obowiązywało zarządzenie: nr 16/2016 z 27 grudnia 2016 r. (obowiązujące z dniem podpisania), nr 90/2017 z 4 sierpnia 2017 r. (obowiązujące z dniem podpisania), nr 43/2018 z 6 grudnia 2018 r. (obowiązujące z dniem podpisania).

²⁴ Wprowadzona zarządzeniem nr 88/2020 Wiceprezesa Zarządu ds. Finansów z 30 grudnia 2020 r. (obowiązująca od 1 stycznia 2021 r.), zwana dalej: „Polityką Zakupową”. Wcześniej obowiązywała Polityka Zakupowa wprowadzona zarządzeniem: nr 47/2017 Prezesa Zarządu z 11 kwietnia 2017 r. (obowiązująca z dniem podpisania), nr 6/2019 Wiceprezesa Zarządu ds. Klienta i Wsparcia Korporacyjnego TPE z 23 kwietnia 2019 r. (obowiązujące z dniem podpisania), nr 1/2020 Wiceprezesa Zarządu ds. Finansów z 3 stycznia 2020 r. (obowiązujące od 1 stycznia 2020 r.) i nr 38/2020 z 15 maja 2020 r. (obowiązujące z dniem podpisania).

²⁵ Wprowadzona zarządzeniem nr 75/2021 Prezesa Zarządu TPE z 13 grudnia 2021 r. (obowiązujące z dniem podpisania); zwana dalej: „Procedurą oceny kontrahentów”. Wcześniej obowiązywała Procedura oceny kontrahentów wprowadzona zarządzeniem nr 32/2018 Prezesa Zarządu TPE z 16 lipca 2018 r. (obowiązująca od 1 stycznia 2019 r.), nr 51/2019 z 31 grudnia 2019 r. (obowiązująca z dniem podpisania), nr 42/2020 z 10 czerwca 2020 r. (obowiązująca z dniem podpisania).

²⁶ Stanowiący załącznik nr 1 do zarządzenia nr 86/2020 Wiceprezesa Zarządu ds. Finansów TPE z 29 grudnia 2020 r., które weszło w życie 1 stycznia 2021 r.; zwany dalej: „Regulaminem udzielania zamówień”. Wcześniej obowiązywały Regulaminy udzielania zamówień wprowadzone zarządzeniami Prezesa Zarządu TPE: nr 46/2017 z 11 lipca 2015 r. (obowiązujący od 1 sierpnia 2015 r.), nr 46/2017 r. z 11 kwietnia 2017 r. (obowiązujący z dniem podpisania) oraz Regulamin udzielania zamówień wprowadzony zarządzeniami Wiceprezesa Zarządu ds. Klienta i Wsparcia Kooperacyjnego TPE: nr 45/2018 z 14 grudnia 2018 r. (obowiązujące od 1 stycznia 2019 r.), nr 5/2019 z 23 kwietnia 2019 r. (obowiązujący z dniem podpisania), nr 26/2019 r. z 2 września 2019 r. (obowiązujący z dniem podpisania), a także Regulamin udzielania zamówień wprowadzony zarządzeniami Wiceprezesa Zarządu ds. Finansów nr 2/2020 z 3 stycznia 2020 r. (obowiązujący od 1 stycznia 2020 r.) i nr 27/2020 z 27 lutego 2020 r. (obowiązujący z dniem podpisania).

²⁷ Wprowadzone zarządzeniem nr 3/2020 Prezesa Zarządu TPE z 8 stycznia 2020 r. (obowiązujący z dniem podpisania); zwane dalej: „Zasadami korzystania z usług doradczych”. Wcześniej obowiązywały Zasady korzystania z usług doradczych wprowadzone zarządzeniem nr 28/2019 Prezesa Zarządu TPE z 24 września 2019 r. (obowiązujące z dniem podpisania).

²⁸ Wprowadzone zarządzeniem nr 43/2020 Prezesa Zarządu TPE z 10 czerwca 2020 r. (obowiązujące z dniem podpisania); zwane dalej: „Zasadami organizowania przedsięwzięć”. Wcześniej obowiązywały „Zasady dotyczące organizowania przedsięwzięć w współpracy z podmiotami zewnętrznymi w Grupie TAURON” wprowadzone zarządzeniem: nr 76/2017 Prezesa Zarządu TPE z 6 czerwca 2017 r. (obowiązujące z dniem podpisania), nr 18/2020 prezesa Zarządu TPE z 23 stycznia 2020 r. (obowiązujące od 1 stycznia 2020 r.).

²⁹ Wprowadzone zarządzeniem nr 23/2020 Prezesa Zarządu TPE z 14 lutego 2020 r. (obowiązujące z dniem podpisania), zwane dalej: „Zasadami świadczenia usług prawnych”. Wcześniej obowiązywały: „Zasady współpracy w obszarze zarządczym postępowania, doradztwo prawne oraz regulacje wewnętrzne” wprowadzone zarządzeniem nr 69/2013 Prezesa Zarządu TPE z 14 października 2013 r. (obowiązujące z dniem podpisania) oraz „Zasady świadczenia oraz standaryzacji usług prawnych w Grupie TAURON” wprowadzone zarządzeniem nr 89/2017 Prezesa Zarządu TPE z 4 sierpnia 2017 r. (obowiązujące z dniem podpisania).

³⁰ Wprowadzone zarządzeniem nr 50/2020 Prezesa Zarządu TPE z 14 lipca 2020 r.; zwane dalej: „Zasadami prowadzenia działalności promocyjnej”. Wcześniej obowiązywały Zasady prowadzenia działalności promocyjnej wprowadzone zarządzeniem nr 9/2014 Prezesa Zarządu TPE z 5 sierpnia 2014 r. (obowiązujące z dniem podpisania) oraz zarządzeniem nr 18/2018 Prezesa Zarządu z 17 kwietnia 2018 r.

³¹ Wprowadzone zarządzeniem nr 61/2020 Prezesa Zarządu TPE z 3 września 2020 r. (obowiązujące z dniem podpisania); zwane dalej: „Zasadami prowadzenia projektów CSR”.

– Statut TPE (regulujący udzielanie darowizn)³².

(akta kontroli str. 12-274)

1.3. Zgodność wewnętrznych zasad prowadzenia działalności sponsoringowej z tzw. Dobrymi Praktykami

Strategia sponsoringu na lata 2018-2025 była spójna ze Strategią Grupy TAURON na lata 2016-2025 oraz Strategią marki, a obszary działalności sponsoringowej określone w Zasadach sponsoringu spójne były z obszarami wyszczególnionymi w Dobrych praktykach³³. Zarząd TPE corocznie opracowywał Plan prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON, który zawierał m.in. informację o prognozowanym wyniku operacyjnym, zestawienie przewidywanych wydatków na poszczególne działania sponsoringowe, określenie celów działań sponsoringowych³⁴, a także mierniki i wskaźniki pomiaru efektywności działań.

(akta kontroli str. 19-86, 275-276, 3466-3470)

Po zakończeniu każdego roku opracowywano „Raport roczny z realizacji planu prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON” zawierający m.in. informacje o wysokości wydatków poniesionych na sponsoring, a także analizę celowości i efektywności projektów sponsoringowych. Raporty te, były przyjmowane uchwałą Zarządu TPE i przedstawiane Radzie Nadzorczej TPE do zaopiniowania. Bieżący monitoring działalności sponsoringowej znajdował odzwierciedlenie w aktualizacji planów sponsoringowych – zatwierdzanych uchwałą Zarządu i opiniowanych przez Radę Nadzorczą Grupy TAURON.

(akta kontroli str. 314-1051, 1541-1543, 1918-1951)

1.4. Przestrzeganie ustanowionych zasad w TPE

1.4.1 W wyniku badania próby pięciu umów sponsoringowych³⁵ o najwyższej wartości, na łączną kwotę [...], dotyczących rozgrywek Polskiej Ligi Siatkówki³⁶, pełnienia roli sponsora tytularnego Areny Kraków³⁷, Klubu Hokejowego GKS Katowice³⁸, wydarzenia „Life Festival Oświęcim”³⁹ i Festiwalu „Nowa Muzyka Katowice”⁴⁰, stwierdzono, że:

³² Wprowadzony uchwałą nr 68/VI/21 Rady Nadzorczej TPE z 14 czerwca 2021 r. Wcześniej obowiązywał statut wprowadzony uchwałą: nr 67/IV/2016 Rady Nadzorczej z 26 lipca 2016 r., nr 36/V/2019 Rady Nadzorczej z 27 maja 2019 r., nr 79/VI/2020 Rady Nadzorczej z 3 sierpnia 2020 r.

³³ Dokument pn.: „Dobre praktyki w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa” opracowany w czerwcu 2016 r. przez Ministerstwo Skarbu Państwa.

³⁴ Głównym celem była realizacja projektów budujących bezpośrednio lub pośrednio siłę marki, czyli dążenie do uzyskania najwyższej efektywności promocyjnej w odniesieniu do marki poprzez efektywne działania sponsoringowe.

³⁵ Umowy: 1) nr 2020/UM/TPE/ZAZ/03322L z 28 lutego 2020 r. zawarta z Polską Ligą Siatkówki S.A., 2) nr 2019/UM/TPE/ZAZ/22775L zawarta 30 grudnia 2019 r. z Agencją Rozwoju Miasta S.A. (projekt „TAURON Arena Kraków”), 3) nr 2017/UM/TPE/KAK/09832/L z 14 czerwca 2017 r. zawarta z Fundacją Peace Festival (projekt „Life Festival Oświęcim”), 4) nr 2018/UM/TPE/KAK/21510/L zawarta 30 października 2018 r. z Klubem Hokejowym GKS Katowice S.A., 5) nr UM/TPE/08703/2021 zawarta 1 czerwca 2021 r. z More Music Agency A.G., A.P. (projekt „TAURON Nowa Muzyka Katowice”).

³⁶ W sezonach rozgrywkowych 2020/2021, 2021/2022, 2022/2023, 2023/2024, a także Superpuchar Polski Kobiet, Superpuchar Polski Mężczyzn oraz Finały Pucharów Polski Kobiet i Mężczyzn. Projekt zwany dalej: „PLS”.

³⁷ Sponsorowany zobowiązał się m.in. do zrealizowania w Arenie Kraków w ciągu każdego roku, co najmniej 20 dni zdarzeń o charakterze sportowym, muzycznym lub artystyczno-rozrywkowym. Projekt zwany dalej: „TAURON Arena Kraków”.

³⁸ Sponsorowany zobowiązał się m. in. zapewnić rozegranie przez Klub minimum 35 meczów w ramach Polskiej Hokej Ligi w sezonie 2018-2019. Projekt zwany dalej: „KH GKS Katowice”.

³⁹ Sponsorowany zobowiązał m. in. do nadania Festiwalowi nazwy „TAURON Life Festival Oświęcim”, zamieszczania informacji o sponsorze w informacjach przekazywanych mediom.

⁴⁰ Sponsorowany zobowiązał się m.in. do nadania Festiwalowi nazwy: „TAURON Nowa Muzyka Katowice”, zamieszczania informacji o sponsorze. Projekt zwany dalej: „TAURON Nowa Muzyka”.

- wymienione umowy były zgodne z zasadami prowadzenia działalności sponsoringowej określonymi w *Strategii Sponsoringu Grupy Tauron i Zasadach sponsoringu*,
- wszystkie umowy łączyły wynagrodzenie sponsorowanych z uzyskanym efektem, w tym w formule *success fee*.

(akta kontroli str. 19-86, 62, 66, 70, 75-86, 297-313, 1398-1447, 1750-1838, 1960-1967, 2018-2055, 2230-2279, 2591-2630, 2811-2818, 3218-3229, 3481-3482)

1.4.2. W wyniku badania próby trzech umów dotyczących świadczenia usług prawnych⁴¹ zawartych na łączną kwotę [...], które dotyczyły zastępstwa procesowego w postępowaniu z powództwa farm wiatrowych, skoordynowania postępowań sądowych, pomocy prawnej w wybranych dziedzinach m.in. prawa spółek handlowych, prawa upadłościowego i naprawczego, prawa restrukturyzacyjnego stwierdzono, że:

- zawarcie skontrolowanych umów było zgodne z *Zasadami świadczenia oraz standaryzacji usług prawnych*,
- skorzystanie z zewnętrznych usług prawnych uzasadnione było m.in. potrzebą prowadzenie kilkunastu wielowątkowych postępowań jednocześnie, co wymagało dużego nakładu pracy przy braku możliwości oddelegowania zespołu kilkunastu prawników do wyłącznej obsługi tych postępowań, czego nie mógł zapewnić zespół radców prawnych zajmujący się bieżącą obsługą TPE, a także wymogiem zapewnienia profesjonalnych i merytorycznych rozwiązań skomplikowanych problemów prawnych, uzyskania wsparcia w szybkim czasie przy stałych cenach umownych nabywanych usług.

Ustalono jednocześnie, że zatrudnienie w komórce prawnej na dzień 31 grudnia 2017 r. wynosiło [...] osoby, w tym [...] ⁴² z uprawnieniami radcy prawnego lub adwokata. W kolejnych latach wyniosło ono odpowiednio: na 31 grudnia 2018 r. – [...] osoby ([...] ⁴³), na 31 grudnia 2019 r. – [...] osoby ([...] ⁴⁴), na 31 grudnia 2020 r. – [...] osób ([...] ⁴⁵), a na koniec 2021 r. – [...] osób ([...] ⁴⁶).

W latach 2017-2021, TPE nie podpisywała umów na stałe świadczenie usług prawnych.

(akta kontroli str. 181-199, 1083-1209, 1271-1375, 1377-1393a, 2828-2833, 3295-3299, 3481-3482)

1.4.3 W wyniku badania próby trzech umów medialnych⁴⁷ na łączną kwotę [...], których przedmiotem była realizacja zleceń na wykonanie usług w zakresie rezerwacji, zakupu powierzchni lub czasu reklamowego oraz umieszczania lub emisji reklam w środkach masowego przekazu lub na zewnętrznych nośnikach reklamowych stwierdzono, że:

- zawarcie skontrolowanych umów było zgodne z RUZ,
- ww. zleceń udzielono domom mediowym, gdyż proponowały dobór narzędzi w sposób zapewniający osiągnięcie wysokiej efektywności pod kątem wskaźnika

⁴¹ 1) Umowa zlecenia świadczenia pomocy prawnej nr 2017/UM/TPE/PPS/17548/L zawartą 25 października 2017 r. ze spółką „K, K, G – A”, Umowa zlecenia świadczenia pomocy prawnej nr 2018/UK/TPE/PPS/11580 zawartą 28 maja 2018 r. ze spółką „K, K, G – A”, Umowa nr 2020/UR/TPE/ZAZ/17505/L o świadczenie usług doradztwa prawnego zawarta 11 grudnia 2020 r. ze spółką „R, S i W”.

⁴² W tym dwie osoby, ze stażem pracy poniżej 10 lat i 13 powyżej 10 lat.

⁴³ W tym trzech ze stażem pracy poniżej 10 lat i 15 powyżej 10 lat.

⁴⁴ W tym trzech ze stażem pracy poniżej 10 lat i 16 powyżej 10 lat.

⁴⁵ W tym dwóch ze stażem pracy poniżej 10 lat i 15 powyżej 10 lat.

⁴⁶ W tym dwóch ze stażem pracy poniżej 10 lat i 12 lat.

⁴⁷ Umowy ramowe o współpracy z domami mediowymi: 1) nr 2017/UR/TPE/KAK/21648/L zawarta 29 grudnia 2017 r. z firmą „S”, 2) nr 2019/UM/TPE/KAK/01816/L zawarta 14 lutego 2019 r. z firmą „S”, 3) nr 2020/UM/TPE/ZAZ/03557/L zawarta 9 marca 2020 r. z firmą „C”.

ekwiwalentu reklamowego AVE; domy medialne w związku ze znaczną ilością zamawianych powierzchni reklamowych korzystały także z efektu skali i oferowały korzystne stawki zakupu usług medialnych.

(akta kontroli str. 181-199, 1083-1209, 1271-1375, 1377-1393, 2337-2338, 2880, 3481-3482)

Ustalono jednocześnie, że zatrudnienie pracowników w zespole komunikacji, marketingu, prasowym i promocji w latach 2019- 2021 r. wyniosło łącznie: [...] osób.

Analiza usług medialnych zleconych pięciu kontrahentom o największych wartościach zleceń wykazała, że łączna wartość tych zleceń i struktura poniesionych wydatków wg medium przedstawiały się następująco:

- w 2017 r. - [...], w tym prasa [...], Internet [...],
- w 2018 r. - [...], w tym prasa [...], stacje telewizyjne [...],
- w 2019 r. - [...], w tym stacje radiowe [...], prasa [...],
- w 2020 r. - [...], w tym stacje radiowe [...], prasa [...],
- w 2021 r. - [...], w tym prasa [...], stacje radiowe [...].

(akta kontroli str. 3282-3287)

W ramach sfinansowanych działań medialnych największe kwoty w poszczególnych latach dotyczyły:

- w 2017 r. - [...] na promocję w dziennikach Rzeczpospolita i Parkiet kampanii „Oddychaj Powietrzem”,
- w 2018 r. - [...] na promocję w telewizji publicznej wyścigu kolarskiego,
- w 2019 r. - [...] na promocję Spółki i jej marki w ramach serialu „Elektryczni” przez Grupę ZPR Media SA,
- w 2020 r. [...] na promocję przez radiowego nadawcę publicznego oferty i marki TPE,
- w 2021 r. [...] na promocję przez regionalną rozgłośnie nadawcy publicznego marki TPE jako zaangażowanej w śląskie sprawy.

(akta kontroli str. 2822-2824, 3308, 3449-3451)

1.4.4 W wyniku badania próby trzech umów konsultingowych⁴⁸ zawartych na łączną kwotę [...], w tym dwóch dotyczących świadczenia usług doradztwa podatkowego przez dwie firmy oraz jednej na wdrożenie regulacji RODO ustalono, że:

- usługi doradztwa podatkowego zamówiono w dwóch firmach, w celu zapewnienia spółkom Grupy TAURON profesjonalnego, jednolitego podejścia do zagadnień podatkowych, specyficznych dla poszczególnych spółek z Grupy TAURON, z uwzględnieniem dynamiki zmian przepisów podatkowych, w sytuacji gdy pracownicy komórki merytorycznej (zespołu podatków TPE) nie świadczyli usług doradczych na rzecz spółek zależnych, pełniąc jednocześnie funkcje nadzoru merytorycznego nad realizowanymi procesami podatkowymi w Grupie TAURON,
- w latach 2017-2021 TPE udzieliła ww. dwóm podmiotom czterech innych zamówień dotyczących kompleksowych i interdyscyplinarnych prac doradczych w odrębnych projektach akwizycyjnych i inwestycyjnych⁴⁹ na łączną kwotę [...],
- zlecenie firmie zewnętrznej usługi wdrożenia regulacji RODO w Grupie TAURON było uzasadnione tym, że działania te wymagały wysoce specjalistycznej wiedzy i doświadczenia z zakresu wdrażania rozwiązań o charakterze prawnym,

⁴⁸ 1) Umowa nr 2017/UR/TPE/KAK/09074/G zawarta 19 czerwca 2017 r. z firmą K. T. M. M., 2) Umowa nr 2017/UR/TPE/KAK/09076/G zawarta 19 czerwca 2017 r. z firmą D. D. P. T. i W., 3) Umowa nr 2017/UM/TPE/PPS/21948/L zawarta 13 grudnia 2017 r. z firmą D. L. P., K., M., J. i W.

⁴⁹ Były to projekty: Meduza, Chicago, Wiking, Spolana.

organizacyjnym, IT i bezpieczeństwa informacji, a także zaangażowania zespołu osób większego niż ten, którym dysponowała TPE⁵⁰,

- usługi objęte ww. umowami były związane z przedmiotem działalności TPE.

(akta kontroli str. 181-199, 1083-1209, 1271-1375, 1377-1393, 2828-2833, 3446-3447, 3481-3482)

1.5. Szacowanie korzyści z działalności sponsoringowej oraz usług medialnych

Zgodnie z *Zasadami sponsoringu*, zawarcie umowy sponsoringowej wymagało wcześniejszego przygotowania analizy efektywności (*ex ante*), chyba że miała miejsce kontynuacja współpracy ze sponsorowanym – wówczas odstępowano od tego wymogu. Projekty oceniano w trzech kategoriach, tj.:

1. kampanii reklamowej – metoda wyceny ekwiwalentu reklamowego kampanii ATL⁵¹ i BTL⁵² polegająca na wskazaniu rynkowych kosztów zakupu świadczeń o analogicznym lub podobnym charakterze,
2. promocji w miejscu wydarzenia – metoda wyceny ekwiwalentu reklamowego działań promocyjnych polegająca na wskazaniu kosztów dotarcia do analogicznych grup docelowych na żywo,
3. publikacji medialnych – metoda badania efektywności ekspozycji sponsoringowych polegająca na analizie materiałów redakcyjnych dotyczących danego projektu w Internecie, prasie, radiu, telewizji oraz social media i identyfikacji logotypu lub wzmianek na temat marki sponsora. Wycena polegała na określeniu, ile należałoby zapłacić za wykupienie konwencjonalnej reklamy o analogicznym zasięgu i opierała się o takie wskaźniki jak np. cena spotu, strony reklamowej, wielkość czas trwania i popularność materiału, liczba, lokalizacja i kategoria ekspozycji, dane telemetryczne.

W dwóch pierwszych kategoriach, analiza wartości ekwiwalentu reklamowego uwzględniała m.in. koszt zakupu/produkcji oraz dystrybucji świadczenia, wielkość ekspozycji marki sponsora, prawo do wyłączności branżowej, liczbę marek sponsorów, którzy pojawili się na analizowanych nośnikach lub materiałach reklamowych.

(akta kontroli str. 277-279)

W odniesieniu do dwóch z pięciu badanych umów sponsoringowych⁵³, zgodnie z obowiązującymi *Zasadami sponsoringu*⁵⁴, przed ich zawarciem, zewnętrzna, wyspecjalizowana firma⁵⁵, opracowywała prognozę efektywności sponsoringowej – wyceniając pakiet przewidywanych świadczeń sponsoringowych dot. PLS w kwocie [...], a TAURON Arena Kraków [...], przewyższającej wartość zawieranych umów⁵⁶ odpowiednio o 428,7% i 813,1%. W przypadku trzech pozostałych umów⁵⁷, nie było obowiązku sporządzania analizy efektywności – miała miejsce kontynuacja współpracy, a raporty sporządzone przez firmy zewnętrzne⁵⁸, z poprzednich edycji

⁵⁰ Cztery osoby na 31 grudnia 2017 r., 2018 r. i 2019 r. oraz pięć osób na 31 grudnia 2020 r. i 2021 r., zatrudnione w komórkach zajmujących się konsultingiem -odpowiadały za bieżącą obsługę podatkową.

⁵¹ Strategia marketingowa skierowana do odbiorcy masowego bez personalizowania przekazu, tj. kampanie realizowane głównie za pomocą mass mediów – w telewizji, radiu, prasie, kinie, a także w postaci billboardów i plakatów.

⁵² Strategia marketingowa, która nie jest kierowana do masowego odbiorcy, lecz odpowiedniej grupy docelowej – np. reklama w mediach społecznościowych, video marketing.

⁵³ PLS, TAURON Arena Kraków.

⁵⁴ Zasady sponsoringu z 23 kwietnia 2019 r.

⁵⁵ Firma zewnętrzna S.I.

⁵⁶ Umowa z PLS – [...] (*success fee*), a umowa z ARM [...] (*success fee*).

⁵⁷ KH GKS Katowice, Life Festival Oświęcim, TAURON Nowa Muzyka.

⁵⁸ Firma P. R. „Badania efektywności działań sponsoringowych Grupy Tauron w 2017 r.”, Firma S.I. „Raport roczny działalności sponsoringowej Grupy TAURON 2020 r.”

projektów, wskazywały na osiągnięcie ekwiwalentu reklamowego o znacznej wartości.

(akta kontroli str. 75-86, 297-313, 1839-1864, 2650-2667, 3082, 3090-3093, 3218-3229)

1.6. Tryb (sposób) udzielenia zlecenia na usługi

Badaniem sposobu wyłaniania wykonawcy usług objęto 14 umów. We wszystkich przypadkach stwierdzono, że przed udzieleniem zlecenia danemu wykonawcy, TPE dokonywała rozeznania cenowego rynku. Szacowano wartość zlecanych usług, a w celu wyboru oferty z najlepszą proporcją jakości wykonanych usług do ich ceny, wykonywano szereg czynności. I tak:

1.6.1 W przypadku pięciu badanych umów sponsoringowych nie stosowano RUZ z uwagi na wyłączenie przedmiotowe.

W przypadku trzech⁵⁹ z nich, umowy zawarto w wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego zgodnie z ustawą Pzp w trybie zamówienia z wolnej ręki (art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a i b Pzp). W związku z przekroczeniem progów unijnych (art. 2 ust. 1 pkt 2 Pzp) przed wyborem wykonawcy dokonywano rozpoznania rynku i wstępnych rozmów z jedynym wykonawcą.

W jednym przypadku, po rozstrzygnięciu organizowanego przez [...] w Krakowie konkursu na Sponsora Tytularnego Areny Kraków, który został wygrany przez TPE), umowę zawarto po przeprowadzeniu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego zgodnie z ustawą Pzp w trybie zamówienia z wolnej ręki (art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a i b Pzp).

W ostatnim z pięciu przypadków⁶⁰, zlecenie usługi nastąpiło w trybie niekonkurencyjnym, a podstawą zawarcia umowy było ubiegłoroczne badanie projektu pod względem efektywności sponsoringowej.

(akta kontroli str. 297-313, 1052-1081, 1398-1447, 1565-1566, 1726-1727, 1755-1790, 1968-1998, 2018-2055, 2230-2250, 2591-2630, 2633-2640, 2708-2724, 2840-2841, 2852, 3302, 3323-3324)

1.6.2 W przypadku dwóch z trzech badanych umów prawnych⁶¹ dotyczących zastępstwa procesowego, ich zawarcie nastąpiło w trybie niekonkurencyjnym, z uwagi na wyłączenie przedmiotowe przewidziane w § 3 ust. 3 RUZ i art. 40 Pzp. Jedną z umów zawarto w wyniku przeprowadzonych negocjacji z wykonawcą znającym dotychczasowy przebieg sprawy i posiadającym doświadczenie w tym procesie, a drugą - po zwróceniu się z zapytaniem ofertowym do trzech wybranych doradców, tj. renomowanych, dużych kancelarii prawnych z doświadczeniem w obsłudze sektora energetycznego. Na podstawie odpowiedzi na zapytanie ofertowe, zarekomendowano zawarcie umowy z konkretnym wykonawcą. Zawarcie trzeciej umowy⁶², dotyczącej doradztwa prawnego, nastąpiło w trybie konkurencyjnym, na podstawie RUZ, przy czym szacunkowa wartość przedmiotu zamówienia została ustalona na podstawie informacji rynkowych i rankingów kancelarii prawniczych działających na rynku polskim.

W przypadku jednej z umów⁶³, miało miejsce rozszerzenie zakresu umowy wynikające z potrzeb toczącego się postępowania sądowego wpływających na zakres i wartość zlecenia, na co wyrażała zgodę Rada Nadzorcza w stosownych uchwałach.

(akta kontroli str. 1394-1396b, 1083-1103, 3323-3324, 3452-3461)

⁵⁹ Projekty dotyczące PLS, KH GKS Katowice, Life Festival Oświęcim.

⁶⁰ TAURON Nowa Muzyka.

⁶¹ Umowy zawarte z [...] w 2017 r. i 2018 r.

⁶² Umowa z [...] w 2020 r.

⁶³ Umowa zawarta z [...] w 2017 r.

1.6.3 W przypadku trzech badanych umów medialnych, wyboru wykonawcy dokonano w trybie ofertowym, zgodnie z zasadami określonymi w RUZ. W dwóch⁶⁴ z trzech przypadków do złożenia ofert zaproszono wiodące, ogólnopolskie domy mediowe wyłonione na podstawie rozpoznania rynku i rankingów w branżowych mediach. Na podstawie uzyskanych odpowiedzi wybrano ofertę najkorzystniejszą. Wartość szacunkowa zamówienia ustalona została na podstawie badania rynku i analizy przykładowych zamówień zlecanych wcześniej. W przypadku trzeciej umowy⁶⁵, wskutek braku ofert i unieważnienia postępowania, umowę zawarto z wykonawcą, z którym przez wiele lat współpracowano.

(akta kontroli str. 1211-1270f, 3323-3324)

1.6.4 W przypadku dwóch⁶⁶ z trzech badanych umów konsultingowych dotyczących doradztwa podatkowego, wyboru wykonawcy dokonano w trybie ofertowym, zgodnie z zasadami określonymi w RUZ. Wartość zamówień oszacowano w oparciu o liczbę godzin wykorzystanych przez spółki z Grupy TAURON na doradztwo podatkowe w 2016 r. i średniej stawki godzinowej z obowiązujących w tym okresie umów ramowych. Dane te pozwoliły na oszacowanie łącznej wartości zamówień uwzględnionych w zawartych umowach.

(akta kontroli str. 1163-1209, 1271-1375, 3288-3289, 3323-3324)

Zawarcie trzeciej umowy konsultingowej, dotyczącej wdrożenia zasad RODO, z uwagi na wysoko specjalistyczny charakter zamówienia nastąpiło wskutek udzielenia zamówienia bezpośredniego, tj. z pominięciem procedur określonych w RUZ, po przeprowadzeniu negocjacji z wykonawcą, poprzedzonych zbadaniem rynku polegającym na zebraniu trzech ofert, gdyż opracowanie i wdrożenie rozwiązań zapewniających ochronę osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych dotyczyło wielu podmiotów z Grupy TAURON oraz szerokiego zakresu przedmiotowego. Wiązało się to też ze znaczną pracochłonnością i czasochłonnością.

(akta kontroli str. 1055-1080, 3484-3489)

W latach 2017-2021, TPE zawarła 18 umów udzielając zamówienia bezpośredniego, tj. z pominięciem całości procedur określonych w RUZ, co dopuszczały postanowienia tego Regulaminu. Umowy te dotyczyły przede wszystkim działań konsultingowych, tj. w szczególności specjalistycznego doradztwa w zakresie m.in. wdrożenia regulacji RODO w Grupie Tauron, opracowania wniosków pozwalających na pozyskanie pozwoleń na układanie i utrzymanie podmorskich kabli w ramach planowanej budowy morskich elektrowni wodnych i zwiększenia udziału energii z OZE, nabycia i sprzedaży udziałów w innych spółkach, a także działań prawnych w dziedzinie prawa gospodarczego. Poniesione wydatki wynikające z realizacji wymienionych 18 umów wyniosły łącznie [...], w tym [...] z tytułu umów konsultingowych i [...] z tytułu umów prawnych.

(akta kontroli str. 3571-3577)

1.7. Zabezpieczenie interesu zamawiającego w zawieranych umowach

1.7.1 Objęte kontrolą umowy dotyczące działalności sponsoringowej zawierały m.in. zapisy dotyczące zobowiązania sponsorowanego do naprawienia szkody poniesionej przez TPE w wyniku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, a także z przyczyn leżących po stronie sponsorowanego, wykorzystania logo TAURON niezgodnie z umową, naruszenia wyłączności branżowej sponsora lub naruszenia przez sponsorowanego obowiązku poufności. Ponadto, umowy te zawierały zapisy

⁶⁴ Umowa z firmą [...] zawarta w 2017 r. i z firmą [...] zawarta w 2020 r.

⁶⁵ Umowa zawarta z firmą [...] w 2019 r.

⁶⁶ Umowa zawarta z firmą [...] w 2017 r. i umowa zawarta z firmą [...] w 2017 r.

w zakresie prawa audytu/wglądu do dokumentacji sponsorowanego i bieżącego kontrolowania sposobu realizacji umowy, zobowiązanie sponsorowanego do niedopuszczenia do pogorszenia jego reputacji i przeciwdziałania zaistnieniu korupcji, a w przypadku umów dotyczących sportu, zobowiązanie sponsorowanego do objęcia zawodników ochroną ubezpieczeniową NNW w całym okresie obowiązywania umowy, co było zgodne z *Dobrymi praktykami*.

(akta kontroli str. 297-313, 1398-1433, 1755-1838, 2018-2055, 2230-2279, 2591-2630)

1.7.2 W trzech badanych umowach dotyczących usług prawnych zawarto zapisy, iż w przypadku naruszenia przez wykonawcę zobowiązania dotyczącego konfliktu interesów, wykonawca był zobowiązany zapłacić ustaloną karę umowną (10% lub 20% wartości netto wynagrodzenia umownego), a w przypadku naruszenia poufności karę wynoszącą 20% wartości netto wynagrodzenia umownego.

W dwóch z trzech umów na usługi prawne⁶⁷ zawarto zapisy dotyczące możliwości ich rozwiązania przez każdą ze stron. W przypadku rozwiązania umowy przez wykonawcę w trakcie postępowania sądowego, był on zobowiązany do reprezentowania TPE również po dacie rozwiązania umowy w taki sposób, aby zmiana pełnomocnika procesowego w danym postępowaniu odbyła się bez szkody dla interesu procesowego TPE.

(akta kontroli str. 181-199, 1083-1123, 1377-1393a)

1.7.3 We wszystkich trzech badanych umowach dotyczących usług medialnych, zapisano, iż wykonawca był zobowiązany do zapłaty zamawiającemu kar umownych, m.in. w przypadku:

- niewykonywania lub nienależytego wykonania zlecenia⁶⁸ (0,2% wynagrodzenia netto za zlecenie za każdy dzień trwania nieprawidłowości, a 10% wynagrodzenia netto za zlecenie za każdy przypadek rażącego niewykonywania lub nienależytego wykonania),
- naruszenia obowiązku poufności⁶⁹,
- odstąpienia od udzielonego zlecenia z przyczyn wykonawcy⁷⁰.

(akta kontroli str. 1124-1162)

1.7.4 W dwóch z trzech badanych umów dotyczących usług konsultingowych⁷¹ zawarto zapisy zobowiązujące wykonawców do zapłaty TPE kar umownych m.in. w przypadkach:

- opóźnienia w realizacji usług zleconych⁷²,
- naruszenia przez wykonawcę obowiązku poufności⁷³,
- wystąpienia uchybienia wykonawcy niemożliwego do naprawienia⁷⁴.

W przypadku trzeciej umowy konsultingowej⁷⁵ wykonawca był zobowiązany do zapłaty zamawiającemu kar umownych w przypadkach:

⁶⁷ Umowy z [...] z 2017 r. i 2018 r.

⁶⁸ 0,2% wynagrodzenia netto za zlecenie za każdy dzień trwania nieprawidłowości, a 10% wynagrodzenia netto za zlecenie za każdy przypadek rażącego niewykonywania lub nienależytego wykonania

⁶⁹ W zależności od umowy albo 20% wynagrodzenia umownego netto za każde jednokrotne naruszenie albo 50 tys. zł za każde jednokrotne naruszenie.

⁷⁰ Od 10% do 20% należnego wynagrodzenia netto.

⁷¹ Umowa zawarta z [...] z 2017 r. i umowa z [...] z 2017 r.

⁷² 0,05% kwoty maksymalnego wynagrodzenia netto za każdy dzień opóźnienia.

⁷³ 10% wynagrodzenia za każde naruszenie, a w przypadku konfliktu interesów - 10% wynagrodzenia za każde naruszenie.

⁷⁴ 5% kwoty maksymalnego wynagrodzenia za każde uchybienie.

⁷⁵ Umowa zawarta z [...] z 2017 r.

- opóźnienia w realizacji etapu I⁷⁶,
- zwłoki w realizacji etapu II i III⁷⁷,
- naruszenia przez wykonawcę obowiązku poufności⁷⁸,
- wystąpienia konfliktu interesów⁷⁹,
- odstąpienia od umowy⁸⁰.

Łączna wysokość kar nie mogła jednak przekroczyć 30% wynagrodzenia całkowitego netto.

(akta kontroli str. 1163-1209, 1271-1375)

W odniesieniu do objętych kontrolą umów nie wystąpiły okoliczności uprawniające do naliczenia kar umownych.

(akta kontroli str. 1397-1447, 2825, 2874-2878, 2880, 3289, 3300-3301, 3483, 3539-3565)

1.8. Zgodność zawieranych umów z przedmiotem działalności operacyjnej Spółki

Zakres objętych badaniem umów sponsoringowych, usług prawnych, medialnych i konsultingowych (łącznie 14) był zgodny z przedmiotem działalności operacyjnej TPE.

(akta kontroli str. 297-313, 3452-3461)

Do głównych działań zaliczanych do kategorii medialnych, reklamowych, PR należały następujące przedsięwzięcia:

- w 2017 r.: SMOG – przeciwdziałanie zanieczyszczeniom powietrza⁸¹,
- w 2018 r.: Pjongczang – olimpiada, serial „Elektryczni”,
- w 2019 r.: Forum Polskiej Gospodarki⁸², programy telewizyjne „Relacje” i „Uwaga weekend”,
- w 2020 r.: audycja „Lato z radiem”, konkurs „Ekologiczny konkurs”,
- w 2021 r.: tzw. „Akcelerator TAURONA” i budowanie pozytywnego wizerunku i marki.

Wymienione działania były związane z przedmiotem działalności TPE oraz miały na celu m.in. wsparcie działań biznesowych z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, promocję marki TAURON i wybranych działań, budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy.

(akta kontroli str. 2804-2808)

Stwierdzone
nieprawidłowości

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

OCENA CZĄSTKOWA

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność Spółki w kontrolowanym obszarze.

⁷⁶ 5% kwoty wynagrodzenia częściowego netto za I etap za każdy dzień opóźnienia.

⁷⁷ 0,25% kwoty wynagrodzenia częściowego netto za każdy dzień opóźnienia, lecz nie więcej niż 6,5%.

⁷⁸ 5% wynagrodzenia netto przysługującego wykonawcy za realizację wszystkich etapów za każde naruszenie, nie więcej niż 10%.

⁷⁹ 5% wynagrodzenia netto za każde naruszenie, ale nie więcej niż 10%.

⁸⁰ 10% wynagrodzenia netto.

⁸¹ Kampania edukacyjna dot. zagadnień społecznych (CSR).

⁸² Projekt medialny.

OBSZAR

Opis stanu
faktycznego

2. Mierzenie oraz osiągnięcie efektów działalności sponsoringowej, usług medialnych, konsultingowych i prawnych

2.1 Procedury (standardy) dokonywania oceny efektów działalności sponsoringowej, zakupu usług medialnych, konsultingowych oraz ich rozliczania

2.1.1. Pomiar efektywności działań sponsoringowych był dokonywany przez niezależny, wyspecjalizowany podmiot zewnętrzny⁸³, w oparciu o dane przekazywane przez podmioty sponsorowane, monitoring rynku sponsoringowego oraz planowane badania i analizy, co było zgodne z *Zasadami sponsoringu* i *Metodologią*. Procedury dotyczące działalności sponsoringowej były zgodne z zasadami określonymi w *Dobrych praktykach*.

(akta kontroli str. 75-86, 581-607, 1582-1598, 1706, 1918-1951, 2118-2211)

2.1.2 W objętych próbą trzech umowach dotyczących usług prawnych, określano zasady dokumentowania oraz rozliczania czasu pracy i odbioru merytorycznego wykonanych usług. W TPE nie obowiązywały procedury dokonywania oceny efektów usług prawnych.

(akta kontroli str. 193-194, 1083-1123, 1377-1393a, 3483)

2.1.3 W odniesieniu do usług medialnych, założony efekt medialny był sprawdzany na podstawie wskaźnika AVE, otrzymywanego w comiesięcznych raportach medialnych przygotowywanych przez dostawcę zewnętrznego posiadającego odpowiednie metodologie, narzędzia i materiały do opomiarowania działań prowadzonych w mediach.

(akta kontroli str. 2880-2992)

2.1.4 W odniesieniu do usług konsultingowych, zgodnie z *Zasadami korzystania z usług doradczych*, osoba odpowiedzialna za współpracę i odbiór produktów usługi doradczej była zobowiązana do sporządzenia dokumentacji dotyczącej wykonania usługi w sposób umożliwiający jednoznaczne ustalenie czy usługa doradcza została wykonana zgodnie z umową, cel zlecenia został osiągnięty, a produkt spełniał wymagania jakościowe.

(akta kontroli str. 180, 3332-3361)

2.2 Oceny efektów działalności sponsoringowej, zakupu usług medialnych oraz konsultingowych

2.2.1. W TPE, w oparciu o dane przekazywane przez niezależny, zewnętrzny podmiot, prowadzono bieżący monitoring realizacji planu działalności sponsoringowej pod kątem efektywności realizowanych przedsięwzięć.

Rada Nadzorcza Spółki podejmowała uchwały w sprawie wyrażenia zgody na zawarcie umów sponsoringowych⁸⁴, prawnych⁸⁵, medialnych⁸⁶ i konsultingowych⁸⁷ których wartość przekraczała 500 tys. zł.

W okresie objętym kontrolą, Grupa TAURON osiągała zysk operacyjny (określany wskaźnikiem EBITDA) i z tego względu nie występowały przypadki zaprzestania sponsoringu i udzielania darowizn.

(akta kontroli str. 282-291, 2809-2810)

⁸³ Na przykład Raporty roczne z realizacji planu prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON, sporządzane przez firmę [...]

⁸⁴ Np. uchwała nr 5/V/2018 z 26 lutego 2018 r.

⁸⁵ Np. uchwała nr 46/V/2018 z 24 maja 2018 r.

⁸⁶ Np. uchwała nr 105/V/2017 z 12 grudnia 2017 r., nr 3/V/2019 z 28 stycznia 2019 r., nr 16/V/2020 z 28 lutego 2020 r.

⁸⁷ Np. uchwała nr 45/V/2019 i 46/V/2019 z 17 czerwca 2019 r.

Osiągnięcie założonego celu i prawidłową realizację badanych umów sponsoringowych (zakończonych) i medialnych potwierdzały protokoły zdawczo-odbiorcze, raporty z ich wykonania, a w odniesieniu do usług prawnych i konsultingowych protokoły odbioru, raporty z analizy porównawczej, analizy zgodności, stosowne opinie, itp. Efekty zakupu usług zostały właściwie udokumentowane.

Cele i sposób pomiaru efektywności działań sponsoringowych określała *Metodologia*. Pomiaru efektywności działań sponsoringowych dokonywał wyspecjalizowany podmiot zewnętrzny, a działalności sponsoringowej całej Grupy TAURON – Zarząd TPE.

(akta kontroli str. 1582-1598, 3332-3361, 3471-3480, 3539-3570)

Przeprowadzona przez NIK, analiza raportów z sześciu zakończonych przedsięwzięć sponsoringowych⁸⁸, tj. dotyczących sponsorowania:

- KH Podhale Nowy Targ⁸⁹ w okresie od 11 września 2020 r. do 30 kwietnia 2021 r.;
- projektu Speedway Euro Championship⁹⁰ w okresie od 1 lipca 2019 r. do 31 stycznia 2020 r.;
- Festiwalu „TAURON Nowa Muzyka Katowice”⁹¹ w dniach 29 lipca – 1 sierpnia 2021 r.;
- KH GKS Katowice S.A.⁹² w okresie od 30 października 2018 r. do 30 czerwca 2019 r.,
- projektu „Life Festival Oświęcim”⁹³ w latach 2017 i 2018;
- Polskiego Komitetu Olimpijskiego⁹⁴ w latach 2017 i 2018

wykazała, że według badań⁹⁵ przeprowadzonych przez niezależny, profesjonalny podmiot⁹⁶:

- z projektu dotyczącego KH Podhale Nowy Targ⁹⁷ osiągnięto ekwiwalent reklamowy o wartości [...], co wynikało m.in. ze sponsoringu tytularnego projektu. Osiągnięto też cel projektu, którym była znajomość marki.

(akta kontroli str. 1728, 1870, 1882-1892, 1895, 1897, 1915, 2341-2448, 3462-3465)

- z projektu Speedway Euro Championship⁹⁸ osiągnięto ekwiwalent reklamowy o wartości [...], a wyniki badań potwierdziły realizację wszystkich celów założonych w planie sponsoringu, tj. budowę znajomości marki, budowę wizerunku marki, wsparcie sprzedaży produktów marki oraz utrzymanie relacji względem marki.

(akta kontroli str. 1862-1892, 2450-2589)

⁸⁸ O największej wartości.

⁸⁹ Umowa sponsoringowa nr 2020/UK/TPE/KMO/12968 zawarta 11 września 2020 r.

⁹⁰ Umowa sponsoringowa nr 2019/UK/TPE/PSO/13105 zawarta 2 lipca 2019 r.

⁹¹ Umowa sponsoringowa nr UK/TPE/08703/2021 zawarta 1 czerwca 2021 r.

⁹² Umowa sponsoringowa nr 2018/UM/TPE/KAK/21510/L zawarta 30 października 2018 r.

⁹³ Umowa sponsoringowa nr 2017/UM/TPE/KAK/09832/L zawarta 14 czerwca 2017 r.

⁹⁴ Umowa sponsoringowa nr 2017/UM/TPE/KAK/11254/L zawarta 11 lipca 2017 r.

⁹⁵ Ujętych w: Raportie rocznym działalności sponsoringowej Grupy TAURON za 2019 r., 2020 r., 2021 r., Raportie rocznym z realizacji planu prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON za 2018 r., 2019 r., Raportie podsumowującym realizację planu prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON za 2018 r.

⁹⁶ Firma [...]

⁹⁷ Przy nakładach, według umowy, [...], plus *success fee* w kwocie nie wyższej niż [...].

⁹⁸ Przy nagładach, według umowy, [...], plus *success fee* w kwocie nie wyższej niż [...].

- z projektu „TAURON Nowa Muzyka Katowice”⁹⁹ osiągnięto ekwiwalent reklamowy o wartości [...]. Projekt miał za zadanie dbanie o relacje i reputację Grupy TAURON w ramach najbliższego otoczenia oraz potwierdzenie czołowej pozycji marki TAURON na rynku energetycznym. Pomiar wartości wizerunkowych wykazał, że zaangażowanie w projekt miało znaczący wpływ na postrzeganie marki w takich kategoriach jak firma dotrzymująca obietnic, empatyczna, twórcza i partnerska. Ankietowani deklaruowali pozytywny wpływ sponsoringu projektu na zachowania prosprzedażowe. Projekt był postrzegany jako najbardziej korelujący z wartością „dotrzymujący obietnic” wśród klientów indywidualnych, a także jako najbardziej twórczy wśród klientów i najbardziej partnerski wśród wskazań klientów indywidualnych.

(akta kontroli str. 765, 1893-1916, 2590-2630)

- z projektu dotyczącego KH GKS Katowice S.A.¹⁰⁰ osiągnięto ekwiwalent reklamowy o wartości [...]. Projekt miał za zadanie dbanie o relacje i reputację Grupy TAURON w ramach najbliższego otoczenia. Wyniki badania potwierdziły realizację wszystkich zamierzonych celów - zrealizowano cel w kontekście budowy znajomości marki; projekt osiągnął bardzo wysoki wynik w grupie klientów biznesowych w kategorii „partnerska”; respondenci wskazali pozytywny wpływ sponsoringu na ocenę spółki.

(akta kontroli str. 3133-3161)

- z projektu „Life Festival Oświęcim”¹⁰¹, osiągnięto ekwiwalent reklamowy o wartości [...]. W kategorii projektów określanych jako inne, projekt ten uplasował się na drugim miejscu. Osiągnięto zamierzony cel¹⁰², którym było dotarcie do istotnych środowisk poprzez budowanie świadomości kontekstu sprzedażowego marki TAURON.

(akta kontroli str. 328, 2056-2057, 2118-2211)

- z projektu dotyczącego Polskiego Komitetu Olimpijskiego¹⁰³, osiągnięto ekwiwalent reklamowy w kwocie [...]. Projekt był jednym z czterech najbardziej znanych projektów realizowanych przez TPE, które wykazywały najwyższy potencjał strategiczny. Osiągnięto zamierzony cel¹⁰⁴, którym był wzrost wartości marki poprzez budowanie świadomości kontekstu sprzedażowego marki TAURON.

(akta kontroli str. 325, 906-929, 2118-2211, 3123-3132)

2.2.2 W odniesieniu do umów prawnych, w tym trzech objętych badaniem, w TPE nie obowiązywała procedura dokonywania oceny efektów. Prawidłową realizację umów potwierdzały protokoły odbioru, w których nie zgłaszano uwag do odebranych prac.

(akta kontroli str. 3546-3570)

2.2.3 W odniesieniu do trzech objętych badaniem umów medialnych, założony efekt medialny sprawdzano na podstawie wskaźnika AVE, otrzymywanego przez TPE w comiesięcznych raportach medialnych przygotowywanych przez dostawcę zewnętrznego posiadającego odpowiednie metodologie, narzędzia i materiały do opomiarowania działań prowadzonych w mediach. Wskaźnik AVE dla projektów

⁹⁹ Przy nagładach, według umowy, [...], plus *success fee* w kwocie nie wyższej niż [...].

¹⁰⁰ Przy nakładach, według umowy, [...], *success fee* w kwocie nie wyższej niż [...].

¹⁰¹ Przy nakładach, według umowy, [...]. Ponadto, Sponsor miał przekazać nie więcej niż [...] w 2018 r. i [...] w 2019 r. pod warunkiem osiągnięcia określonej liczby publikacji w mediach.

¹⁰² Cel określony w Planie prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON w 2017 r.

¹⁰³ Przy nakładach, według umowy, [...].

¹⁰⁴ Cel określony w Planie prowadzenia działalności sponsoringowej przez Grupę TAURON w 2017 r.

medialnych przewyższał wkład finansowy TPE, co potwierdzały analizy ujęte w raportach medialnych. Wykorzystywano również wskaźnik biznesowy GRP¹⁰⁵.

(akta kontroli str. 2880-3122, 3362)

2.2.4 W odniesieniu do trzech objętych badaniem umów konsultingowych, osiągnięcie zakładanych efektów potwierdzały m.in. protokoły zdawczo-odbiorcze, pisemne opinie podatkowe dotyczące zleconych zagadnień¹⁰⁶, analizy¹⁰⁷, opracowania¹⁰⁸, pisma składane w związku z prowadzonymi postępowaniami podatkowymi¹⁰⁹, „Przegląd wyników implementacji RODO w TPE”.

Realizacja umów doradczych zapewniała jednolite podejście do zagadnień podatkowych w spółkach Grupy TAURON i wyeliminowanie udzielania podobnych zleceń przez różne spółki z Grupy TAURON.

(akta kontroli str. 2830-2831, 3332-3361, 3471-3480, 3503-3538)

Stwierdzone
nieprawidłowości

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

OCENA CZĄSTKOWA

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność Spółki w skontrolowanym zakresie.

OBSZAR

3. Nadzór nad fundacjami

Opis stanu
faktycznego

3.1. W latach 2017-2021 TPE była fundatorem Fundacji Tauron w Katowicach¹¹⁰, zarejestrowanej w Krajowym Rejestrze Sądowym z dniem 20 kwietnia 2012 r. pod numerem 418534 oraz Polskiej Fundacji Narodowej w Warszawie¹¹¹, zarejestrowanej w Krajowym Rejestrze Sądowym z dniem 29 grudnia 2016 r. pod numerem 655791.

W latach 2017-2020 łączna wartość przekazanych ww. fundacjom środków wyniosła [...], z tego [...] Polskiej Fundacji Narodowej w Warszawie i [...] Fundacji Tauron w Katowicach. W 2021 r. darowizna na rzecz fundacji nie przekazywano.

(akta kontroli str. 2751-2773, 3109-3122, 3230-3271)

3.2. Zgodnie z postanowieniami statutów ww. fundacji, TPE przysługiwało prawo powołania swoich przedstawicieli w radach fundacji:

- a) w przypadku Fundacji Tauron przedstawiciel TPE wykonywał jednoosobowo funkcje Zgromadzenia Fundatorów i na podstawie § 4 ust. 1 lit. b statutu fundacji powoływał wszystkich członków rady. W okresie objętym kontrolą wydano 22 uchwały Zgromadzenia Fundatorów powołujące i odwołujące określone osoby do rady;
- b) w przypadku Polskiej Fundacji Narodowej, na podstawie § 10 ust. 6 statutu tej fundacji, TPE - jako fundator - był uprawniony do powołania, za zgodą ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego, jednego członka

¹⁰⁵ Wartość określająca oglądalność w punktach procentowych pojedynczej emisji reklamy lub sumę pojedynczych oglądalności w całej kampanii reklamowej.

¹⁰⁶ Np. Opinia z 10 lipca 2019 r. dot. rozliczenia zwrotu nadpłaty w podatku od nieruchomości (zlecenie nr 57/K); opinia z 22 listopada 2018 r. dot. stosowania Mechanizmu Podzielonej Płatności, m.in. w rozliczeniach z kontrahentami, dokonywanych na podstawie umów zawartych przed dniem 1 lipca 2018 r. (zlecenie nr 32/D).

¹⁰⁷ Np. Raport z analizy porównawczej dot. weryfikacji rynkowości oprocentowania obligacji wyemitowanych przez podmioty z Grupy TAURON i objętych przez TPE w latach 2015-2017, rozliczanych w 2018 r. (zlecenie nr 48/K.); Raport z analizy porównawczej dot. świadczenia usługi paliwowej (zlecenie nr 39/K.).

¹⁰⁸ Np. „Model opłat za korzystanie z marki TAURON” z 6 grudnia 2017 r. (zlecenie nr 11/D); „Transgraniczne połączenie TSE z siedzibą w Szwecji z wybraną spółką z Grupy TAURON” (zlecenie nr 36/K).

¹⁰⁹ Np. odwołanie od decyzji Burmistrza Libiąża z 24 września 2019 r. w sprawie oprocentowania nadpłaty z tytułu podatku od nieruchomości za 2010 r. (zlecenie nr 39/D), zażalenie na postanowienie Prezydenta Miasta Jaworzna z 31 sierpnia 2017 r. o zaliczeniu nadpłaty w podatku od nieruchomości za 2011 r. na poczet bieżącego zobowiązania w podatku od nieruchomości za 2017 r. (zlecenie nr 07/D).

¹¹⁰ W fundacji tej TPE była jedynym fundatorem.

¹¹¹ TPE był jednym z 17 spółek fundatorów.

rady tej fundacji. Korzystając z tego uprawnienia TPE wskazała trzy osoby do rady fundacji, przy czym pierwsza z nich wykonywała obowiązki członka rady fundacji w okresie od lipca 2016 r. do 16 lipca 2019 r., druga - od 6 sierpnia 2019 r.¹¹² do 6 października 2020 r., a trzecia – od 1 czerwca 2022 r. do nadal.

W okresie od 7 października 2020 r. do 31 maja 2021 r. TPE nie posiadała swojego przedstawiciela w radzie tej fundacji, mimo że Spółka dysponowała takim uprawnieniem na podstawie § 10 ust. 6 Statutu Polskiej Fundacji Narodowej.

Wniosek do Rady Nadzorczej w sprawie wyrażenia zgody na powołanie Wiceprezesa Zarządu ds. Korporacyjnych do rady ww. fundacji Zarząd TPE skierował dopiero 22 lutego 2022 r., a Rada Nadzorcza wyraziła stosowną zgodę 30 marca 2022 r. W dniu 29 kwietnia 2022 r. TPE wystąpiła do ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego o wyrażenie zgody na powołanie wskazanej osoby do rady Polskiej Fundacji Narodowej. Minister wyraził zgodę w ww. sprawie 23 maja 2022 r. W piśmie skierowanym do fundacji 25 maja 2022 r. Spółka powołała swojego przedstawiciela w radzie z dniem 1 czerwca 2022 r.

(akta kontroli str. 3315-3318)

Jak wyjaśnił Wiceprezes Zarządu, po rezygnacji 6 października 2020 r. z rady fundacji dotychczasowego przedstawiciela TPE, Zarząd nie znalazł odpowiedniej osoby na to miejsce. Stwierdził również, że była to sytuacja tymczasowa i przejściowa, a w tym okresie TPE, pomimo braku swojego przedstawiciela w radzie, miała możliwość kontaktu z zarządem fundacji i dostęp do informacji o jej działalności.

(akta kontroli str. 3274, 3320-3321)

Reprezentanci TPE w radach ww. fundacji byli pracownikami TPE lub spółek Grupy Tauron.

(akta kontroli str. 2727-2775, 3109-3122, 3230-3275)

Do TPE nie wpływały od ministra nadzorującego daną fundację informacje o ewentualnych nieprawidłowościach w działalności ww. fundacji. Spółka miała wgląd do sprawozdań z ich działalności, gdyż były one upublicznione. Przedstawiciele TPE w radach fundacji nie sporządzali w okresie objętym kontrolą pisemnych informacji nt. działalności fundacji.

Spółka nie przeprowadzała analiz dotyczących działalności fundacji pod kątem osiągniętych korzyści wizerunkowych. W listopadzie 2020 r. zamówiono analizę, która wskazała spójność celów statutowych i kierunków strategicznych z celami statutowymi Polskiej Fundacji Narodowej. Jak wyjaśnił Dyrektor Wykonawczy ds. Komunikacji i Marketingu, w odniesieniu do Fundacji TAURON korzyści wizerunkowe osiągnięte przez TPE w związku dokonywanymi wpłatami były analizowane na bieżąco. Kontrolującym nie przedstawiono jednak pisemnych, odnoszących się do takich analiz opracowań. W zamawianych przez TPE analizach obecności w mediach wskazano m.in. projekty realizowane przez Fundację TAURON (Junior Cup oraz dofinansowanie szpitali covidowych).

W odniesieniu do przekazywanych Polskiej Fundacji Narodowej darowizn nie sporządzano analiz korzyści wizerunkowych, gdyż – jak wyjaśnił Wiceprezes Zarządu – byłoby to zadaniem bardzo złożonym, którego wyniki mogłyby nie dać wyraźnej i miarodajnej odpowiedzi. Powiązanie wpłat z korzyściami wizerunkowymi czy próba znalezienia ekwiwalentności pomiędzy nimi byłaby zadaniem istotnie utrudnionym. Wyjaśnił także, że z uwagi na cele statutowe tej fundacji, w tym promocję kraju

¹¹² Data wyrażenia zgody przez ministra nadzorującego fundację.

za granicą i ochronę jego wizerunku, ich realizacja może nieść pośrednie korzyści wizerunkowe dla spółek – fundatorów poprzez lepszy wizerunek polskiej gospodarki, w tym podmiotów ją budujących.

(akta kontroli str. 10-11, 2727-2749, 3320-3321)

Stwierdzone
nieprawidłowości

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

OCENA CZĄSTKOWA

Spółka nie dokonywała analiz działalności fundacji, którym przekazywano darowizny pod kątem osiąganych korzyści wizerunkowych, co zdaniem NIK, uniemożliwiło ocenę dokonywanych do tych fundacji wypłat pod kątem gospodarności. Monitorowano natomiast obecność TPE w mediach, a opracowania sporządzone za 2021 r. wskazywały, że obecność ta związana była z realizacją przez Fundację TAURON takich projektów „TAURON Junior Cup” czy wsparcie działań związanych z przeciwdziałaniem skutkom rozprzestrzeniania się wirusa SARS-CoV-2¹¹³.

W odniesieniu do Fundacji Tauron, Spółka prawidłowo powoływała swoich przedstawicieli do rady tej fundacji. W przypadku fundacji Polska Fundacja Narodowa, Spółka nie skorzystała z określonego jej statutem prawa do delegowania swojego przedstawiciela do rady fundacji w okresie od 7 października 2020 r. do 31 maja 2022 r., co zdaniem NIK mogło wpłynąć na podejmowane w tym okresie przez tę fundację decyzje.

IV. Uwagi i wnioski

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

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 Delegatury NIK w Katowicach. 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.

Katowice, dnia 30 sierpnia 2022 r.

Kontroler

Izabela Pilarek

Gł. specjalista kontroli państwowej

Najwyższa Izba Kontroli

Delegatura w Katowicach

¹¹³ Wsparcie szpitala w Krynicy.

