



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji

KGP 410.008.03.2017

P/17/021

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
ul. Filtrowa 57, 02-056 Warszawa
T +48 22 444 56 92, F +48 22 444 55 94
kgp@nik.gov.pl
Adres korespondencyjny: Skr. poczt. P-14, 00-950 Warszawa 1

I. Dane identyfikacyjne kontroli

<i>Numer i tytuł kontroli</i>	P/17/021 Wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa na działalność sponsoringową, medialną i usługi doradcze
<i>Jednostka przeprowadzająca kontrolę</i>	Najwyższa Izba Kontroli Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji
<i>Kontroler</i>	Łukasz Urbanowicz, specjalista kp., upoważnienie do kontroli nr KGP/89/2017 z dnia 2 października 2017 r. (dowód: akta kontroli str. 1-2)
<i>Jednostka kontrolowana</i>	Bank Pocztowy Spółka Akcyjna ¹ , ul. Jagiellońska 17, 85-959 Bydgoszcz
<i>Kierownik jednostki kontrolowanej</i>	Pan Sławomir Zawadzki Prezes Zarządu Banku od 1 lipca 2016 r.; poprzednio funkcję Prezesa Zarządu Spółki pełnił Pan Szymon Midera od 20 stycznia 2015 r. do 30 czerwca 2016 r. oraz Pan Tomasz Bogus od 24 marca 2010 r. do 19 stycznia 2015 r. (dowód: akta kontroli str. 3)

II. Ocena kontrolowanej działalności²

Ocena ogólna

Uzasadnienie oceny ogólnej

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie wydatkowanie przez Spółkę środków na działalność sponsoringową, darowizny oraz usługi medialne i doradcze w latach 2015-2017³.

Bank, jako Spółka, w której Skarb Państwa nie posiadał bezpośrednio udziałów⁴, opracowała i wdrożyła własne zasady prowadzenia działalności marketingowej i promocyjnej oraz procedury realizacji przedsięwzięć w tym zakresie. Postanowienia stosownych dokumentów, w ocenie NIK, stwarzały warunki do uzyskiwania założonych efektów tej działalności. Wydatki na przedsięwzięcia związane z promocją, reprezentacją i reklamą, darowiznami oraz obsługą prawną i finansową ujmowane były w planach finansowych Spółki. Ich realizacja była monitorowana przez Zarząd Spółki i corocznie opiniowana przez Radę Nadzorczą. Poziom wydatków na marketing, w tym na działalność sponsoringową kształtowany był elastycznie, stosownie do sytuacji finansowej Spółki, i ograniczany w sytuacji niekorzystnych prognoz tej sytuacji (aczkolwiek w okresie objętym kontrolą Spółka osiągała dodatnie wyniki z całokształtu działalności).

Szczegółowe badanie próby 10 umów sponsoringu, darowizn oraz zakupu usług doradczych i medialnych (4,2% ogólnej liczby umów i 55% ich wartości wydatków) wykazało, że zostały one zawarte zgodnie z wewnętrznymi regulacjami oraz zasadami gospodarności. Osiągnięte zostały cele przedsięwzięć objętych tymi umowami.

¹ Dalej: Bank lub Spółka.

² Najwyższa Izba Kontroli stosuje następujące oceny: pozytywna i negatywna. W przypadku gdy nie zostały spełnione kryteria ani dla oceny pozytywnej ani dla negatywnej stosuje się ocenę opisową.

³ Okres objęty kontrolą: lata 2015-2017 (do 30 czerwca) oraz okres wcześniejszy, jeżeli miał związek z przedmiotem kontroli.

⁴ 9 620 846 akcji Banku posiada Poczta Polska SA (75% - 10 akcji) oraz 3 206 962 akcji Banku posiada Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski SA (25% +10 akcji).

III. Opis ustalonego stanu faktycznego

1. Wewnętrzne regulacje

Spółka nie była zobowiązana do implementacji w wewnętrznych zasadach prowadzenia działalności sponsoringowej regulacji zawartych w „*Modelu regulacji działalności sponsoringowej spółek z udziałem Skarbu Państwa*”⁵, ze względu na fakt, iż Skarb Państwa nie był bezpośrednio zaangażowany w kapitale zakładowym Spółki. Bank nie podlegał nadzorowi właścicielskiemu Ministra Skarbu Państwa, a także nie był ujęty w *rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 3 stycznia 2017 r. w sprawie wykazu spółek, w których prawa z akcji Skarbu Państwa wykonują inni niż Prezes Rady Ministrów członkowie Rady Ministrów, pełnomocnicy Rządu lub państwowe osoby prawne*⁶. W tej sytuacji zarówno Model jak i „*Dobre praktyki w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa*” nie musiały być- i nie zostały implementowane w wewnętrznych regulacjach Spółki⁷.

W okresie objętym kontrolą w Spółce obowiązywały następujące regulacje wewnętrzne dotyczące badanej problematyki:

- *Zasady zawierania umów w Banku*⁸,
- *Procedura wewnętrzna Szczegółowy tryb zawierania umów w Banku*⁹,
- *Zasady realizacji zakupów w Banku*¹⁰,
- *Procedura wewnętrzna Tryb dokonywania zakupów w Banku*¹¹,
- *Zasady prowadzenia działalności marketingowej w Banku*¹²,
- *Zasady udzielania darowizn w Banku*¹³,
- *Koncepcja udzielania darowizn w Banku*¹⁴,
- *Procedura wewnętrzna Udzielanie darowizn w Banku*¹⁵.

⁵ Wprowadzonym zarządzeniem nr 5 Ministra Skarbu Państwa z dnia 13 lutego 2009 r. w sprawie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa a następnie zmienionym zarządzeniami: nr 37 z dnia 23 sierpnia 2011 r. oraz nr 49 z dnia 3 września 2012 r. Dalej: Model.

⁶ Dz. U. poz. 10, ze zm.

⁷ Pismo z dnia 30 października 2017 r. Zastępcy Dyrektora Departamentu Marketingu i Public Relations Spółki.

⁸ Przyjęte uchwałą Zarządu Banku Nr 03/VIII/10/DOP/2017 z dnia 28 lutego 2017 r., uchwałą Zarządu Banku Nr C2/II/9/2015 z dnia 11 marca 2015 r., uchwałą Zarządu Banku Nr C2/II/46/ 2014 z dnia 21 listopada 2014 r.

⁹ Przyjęte decyzją normatywną Dyrektora Departamentu Obsługi Prawnej Nr 03/7/DOP/2017 z dnia 21 sierpnia 2017 r., decyzją normatywną Dyrektora Departamentu Obsługi Prawnej Nr 03/6/DOP/2016 z dnia 5 października 2016 r., pismem okólnym Dyrektora Departamentu Organizacyjno-Prawnego Nr C2/4/DOP/2015 z dnia 12 marca 2015 r.

¹⁰ Przyjęte uchwałą Zarządu Banku Nr F/XX/32/BZO/2017 z dnia 4 lipca 2017 r., uchwałą Zarządu Banku Nr F/III/13/BZO/2017 z dnia 21 marca 2017 r., uchwałą Zarządu Banku Nr F/IX/43/BZO/2016 z dnia 12 października 2016 r., uchwałą Zarządu Banku Nr D4/III/40/2015 z dnia 17 września 2015 r., uchwałą Zarządu Banku Nr D4/IV/21/2015 z dnia 19 maja 2015 r., uchwałą Zarządu Banku Nr C3/II/14/2014 z dnia 31 marca 2014 r.

¹¹ Przyjęte decyzją normatywną Dyrektora Biura Zakupów i Optymalizacji Kosztów Nr F/9/BZO/2017 z dnia 18 lipca 2017 r., decyzją normatywną Dyrektora Biura Zakupów i Optymalizacji Kosztów Nr F/12/BZO/2016 z dnia 18 listopada 2017 r., pismem okólnym Dyrektora Departamentu Logistyki i Administracji Nr C3/13/DLA/2015 z dnia 21 września 2015 r., pismem okólnym Dyrektora Departamentu Logistyki i Administracji Nr C3/8/DLA/2015 z dnia 1 czerwca 2015 r., pismem okólnym Dyrektora Departamentu Logistyki i Administracji Nr C3/2/DLA/2014 z dnia 30 kwietnia 2014 r.

¹² Przyjęte uchwałą Zarządu Banku Nr M/VIII/43/DMP/2016 z dnia 12 października 2016 r., uchwałą Zarządu Banku Nr M/VI/30/DMP/2016 z dnia 14 lipca 2016 r., uchwałą Zarządu Banku Nr C5/II/7/2008 z dnia 5 lutego 2008 r.

¹³ Przyjęte uchwałą Zarządu Banku nr X1/III/45/BZA/2017 z dnia 12 września 2017 r., uchwałą Zarządu Banku nr D3/IX/17/2013 z dnia 25 kwietnia 2013 r.

¹⁴ Przyjęta uchwałą Zarządu Banku nr X1/IV/17/BZA/2017 z dnia 11 kwietnia 2017 r., uchwałą Zarządu Banku nr X1/II/6/BZA/2016 z dnia 09 lutego 2016 r., uchwałą Zarządu Banku nr D3/III/1/2015 z dnia 13 stycznia 2015 r.

W okresie objętym kontrolą Poczta Polska SA jako główny akcjonariusz, w związku z pismami otrzymanymi z Ministerstwa Infrastruktury i Budownictwa, dwukrotnie zwracała się do Spółki o przedstawienie informacji i danych dotyczących w szczególności wydatkowania środków na działalność sponsoringową, darowizny, działalność marketingową, w tym na usługi medialne oraz działalność doradczą, konsultingową. Bank odmówił w obu przypadkach udzielenia informacji Poczcie Polskiej SA ze względu na objęcie tych danych tajemnicą przedsiębiorstwa. Jednocześnie Spółka przekazała informację bezpośrednio do Ministerstwa Infrastruktury i Budownictwa oraz do podmiotów, które o dane wniosowały do Ministerstwa tj. do Koordynatora Służb Specjalnych oraz Najwyższej Izby Kontroli.

Rada Nadzorcza Banku zatwierdzała plany finansowe Spółki uwzględniające w szczególności środki planowane na działalność marketingową oraz opiniowała sprawozdania finansowe Banku monitorując realizację przedsięwzięć w zakresie doradztwa, audytu, obsługi prawnej, promocji i reklamy oraz udzielania darowizn.

W okresie od dnia 1 stycznia 2015 r. do dnia 30 czerwca 2017 r. [...] ¹⁶ sukcesywnie zmniejszały się wydatki usługi marketingowe, w tym na działalność sponsoringową. Kwoty wydatkowane na sponsoring w 2016 r. były o 5% niższe w stosunku do 2015 r. i szacunkowo będą o 19,1% niższe na koniec 2017 r. w stosunku do 2016 r.

(dowód akta kontroli str. 4-612, 760-768)

Ustalone
nieprawidłowości

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

Ocena częściowa

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie, działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie.

Opis stanu
faktycznego

2. Wydatkowanie środków na działalność sponsoringową, darowizny oraz usługi medialne i doradcze

W okresie od dnia 1 stycznia 2015 r. do dnia 30 czerwca 2017 r. Spółka realizowała 48 umów dotyczących przedsięwzięć sponsoringowych na łączną kwotę 1 117,6 tys. zł¹⁷, w tym 500,6 tys. zł w 2015 r., 475,7 tys. zł w 2016 r. oraz 141,4 tys. zł w pierwszym półroczu 2017 r. Na podstawie 56 umów dokonano darowizn na łączną kwotę 857 tys. zł, w tym 383 tys. zł w 2015 r., 369 tys. zł w 2016 r. i 105 tys. zł w pierwszym półroczu 2017 r. Zawartych zostało 88 umów zakupu usług doradczych na łączną kwotę 21 931,4 tys. zł, w tym 19 771,8 tys. zł w 2015 r., 1 904,1 tys. zł w 2016 r. oraz 255,5 tys. zł w pierwszym półroczu 2017 r. Ponadto na podstawie 46 umów zakupione zostały usługi medialne o wartości 7 486,9 tys. zł, w tym 3 258,4 tys. zł w 2015 r., 2 319,2 tys. zł w 2016 r. i 1 909,3 tys. zł w pierwszym półroczu 2017 r.

W przypadku umów sponsoringu oraz zakupu usług medialnych ograniczenie wydatków w 2016 r. i w I połowie 2017 r. w stosunku do roku 2015, wynikało z faktu, iż nie zostały zrealizowane zakładane wyniki finansowe Banku (pomimo, iż były one dodatnie).

Limit wydatków z tytułu darowizn zgodnie z § 41 *Statutu Banku Poczтового S.A.* był ustalany na każdy rok obrotowy w nieprzekraczalnej wysokości 1,5% zysku brutto

¹⁵ Przyjęta pismem okólnym Dyrektora Zarządzającego Pionu Organizacyjno-Prawnego i Compliance nr D4/47/BZA/2013 z dnia 29 sierpnia 2013 r.

¹⁶ Na podstawie art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2016 poz. 1764) i art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) NIK wyłączyła jawność informacji ze względu na tajemnicę handlową przedsiębiorcy.

¹⁷ Wszystkie kwoty dotyczące wydatków podane w Wystąpieniu są kwotami brutto.

wypracowanego w ubiegłym roku obrotowym, co powodowało, że w okresie objętym kontrolą także wydatki na ten cel sukcesywnie uległy zmniejszeniu.

Znaczące zmniejszenie wydatków na zakup usług doradczych w latach 2016-2017 w porównaniu do roku 2015 spowodowane było zakończeniem prowadzonego w 2015 r. projektu emisji akcji na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych¹⁸ oraz ograniczaniem, zgodnie z planem, wydatków na projekty *EnveloBank* oraz *Cykl życia klienta*.

Stałe¹⁹ lub ramowe²⁰ świadczenie usług doradczych było przedmiotem 23 umów (z 17 kancelariami prawnymi, czterema agencjami pośrednictwa pracy oraz z firmą [...] ²¹ w zakresie projektu IPO). W okresie objętym kontrolą Spółka wydała na usługi realizowane w ramach tych umów łącznie kwotę 2 559,8 tys. zł.

Do szczegółowego zbadania wybrano w sposób celowy łącznie 10 umów, kierując się kryterium najwyższej wartości wydatków, tj.:

- trzy umowy sponsoringu – z dnia 18 czerwca 2015 r. z [...] ²² oraz dwie umowy z [...] ²³ zawarte w dniu 30 czerwca 2015 r. i 21 czerwca 2016 r.,
- umowę darowizny z dnia 11 lutego 2015 r. z [...] ²⁴
- po trzy umowy zakupu usług medialnych: z dnia 29 kwietnia 2015 r. z [...] ²⁵
(dowód akta kontroli str. 4-12, 545-759, 769-1011, 1767)

2.1 Sponsoring

Wszystkie umowy dotyczące działalności sponsoringowej wybrane do szczegółowego badania zostały zawarte zgodnie z *Zasadami zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.* oraz procedurą wewnętrzną *Szczegółowy tryb zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*

Powyższe przedsięwzięcia sponsoringowe, po ich zakończeniu, nie były poddawane w Spółce szczegółowej ocenie efektywności (oceniało tylko realizację celów). Według Zastępcy Dyrektora Departamentu Marketingu i Public Relations Banku²⁶ ocena efektywności umów sponsoringowych nie była raportowana z uwagi na brak takiego obowiązku w regulacjach wewnętrznych, a ponadto, zdaniem składającej wyjaśnienia, umów wybranych do szczegółowego badania nie ocenia się pod względem efektywności, raportując jedynie zrealizowane działania w ramach umowy.

W dniu 18 czerwca 2015 r. Spółka zawarła na okres do dnia 30 czerwca 2016 r. umowę z [...] ²⁷. Celem umowy była promocja wizerunku Banku dzięki współpracy z dużym, rozpoznawalnym partnerem, poprzez wsparcie organizacji treningów i meczów [...] ²⁸, tj. zajęć dla roczników dziecięcych i młodzieżowych prowadzonych w ramach [...] ²⁹. Logo Banku zostało umieszczone na koszulkach zawodników [...] ³⁰, banerach wywieszanych na treningach i podczas meczów w pięciu lokalizacjach na

¹⁸ IPO – Pierwsza oferta publiczna (ang. *Initial Public Offering*).

¹⁹ Ze stałą płatnością w okresach miesięcznych.

²⁰ Z płatnością w związku ze składanymi przez Bank zleceniami wykonania usługi.

²¹ Na podstawie art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2016 poz. 1764) i art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) NIK wyłączyła jawność informacji ze względu na tajemnicę handlową przedsiębiorcy.

²² Patrz przyp. 21.

²³ Patrz przyp. 21.

²⁴ Patrz przyp. 21.

²⁵ Patrz przyp. 21.

²⁶ Pismo z dnia 14 grudnia 2017 r. Zastępcy Dyrektora Departamentu Marketingu i Public Relations Banku.

²⁷ Patrz przyp. 21.

²⁸ Patrz przyp. 21.

²⁹ Patrz przyp. 21.

³⁰ Patrz przyp. 21.

terenie Warszawy oraz na stronie internetowej sponsorowanego. Świadczenia wynikające z umowy zostały zrealizowane.

Umowy z[...]³¹, zawarte w dniu 30 czerwca 2015 r. oraz w dniu 21 czerwca 2016 r., dotyczyły organizacji odpowiednio drugiej i trzeciej edycji projektu [...] promującego najdynamiczniej rozwijające się małe i średnie firmy działające w obszarze e-commerce w Polsce. Uczestnictwo w projekcie miało przynieść Bankowi korzystne efekty wizerunkowe, w szczególności w sytuacji ciągłego wzrostu rynku e-commerce, który był i jest filarem strategii rozwoju Poczty Polskiej, a tym samym spółek z Grupy Kapitałowej Poczty. W ramach umów Bank otrzymał kompleksową usługę w zakresie reklamy i promocji, w tym w szczególności na stronach [...] na stronie internetowej projektu i podczas gal finałowych, prezentację logo Banku na materiałach projektu oraz przygotowanie raportu podsumowującego badanie ankietowe przeprowadzone wśród uczestników projektu. Świadczenia wynikające z umów zostały zrealizowane.

(dowód akta kontroli str. 4-12, 1012-1140, 1767)

2.2 Darowizny

Porozumienie z dnia 11 lutego 2015 r. zawarte pomiędzy Bankiem Pocztowym SA a [...] dotyczyło przekazywania corocznie darowizny na uruchomienie stypendiów w ramach trzech kolejnych edycji programu *Przełącz ku przyszłości*. Zostało ono zawarte zgodnie z procedurami wewnętrznymi, tj. *Zasadami zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*, *Szczegółowym trybem zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*, *Zasadami udzielania darowizn w Banku Pocztowym S.A.*, *Koncepcją udzielania darowizn w Banku Pocztowym S.A.* oraz procedurą *Udzielania darowizn w Banku Pocztowym S.A.* Celem porozumienia było wspieranie indywidualnego rozwoju dzieci i młodzieży, osiągających bardzo dobre wyniki w nauce i posiadających osiągnięcia w poszczególnych dziedzinach nauki, kultury, sportu lub działalności społecznej. Działalność ta była zgodna z wytycznymi *Strategii Banku Pocztowego S.A. na lata 2014-2017*. Logo Banku było zamieszczane na materiałach programu. [...] corocznie, zgodnie z terminami umownymi, przekazywała Bankowi sprawozdania z wykorzystania darowizny.

(dowód akta kontroli str. 4-12, 1141-1175, 1767)

2.3 Usługi doradcze

Wszystkie umowy dotyczące zakupu usług doradczych wybrane do szczegółowego badania zostały zawarte zgodnie z *Zasadami zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*, procedurą wewnętrzną *Szczegółowy tryb zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*, *Zasadami realizacji zakupów w Banku Pocztowym S.A.* oraz procedurą wewnętrzną *Tryb dokonywania zakupów w Banku Pocztowym S.A.* Dwie umowy zostały zawarte w trybie przetargowym, a jedna bez przeprowadzenia przetargu.

Umowa z dnia 21 października 2015 r. pomiędzy Bankiem a firmą [...] dotyczyła wdrożenia systemu Bankowości Mobilnej i Internetowej, w tym nowego systemu transakcyjnego i wsparcia w zakresie organizacji, realizacji i wdrażania nowoczesnych kanałów dystrybucji i obsługi klientów. Produktem projektu była nowa marka bankowa EnveloBank, która weszła na rynek w dniu 26 września 2017 r.

³¹ Patrz przyp. 21.

³² Patrz przyp. 21.

³³ Patrz przyp. 21.

³⁴ Patrz przyp. 21.

³⁵ Patrz przyp. 21.

³⁶ Patrz przyp. 21.

W związku z podjętą w dniu 24 kwietnia 2015 r. uchwałą Walnego Zgromadzenia Banku m.in. o podniesieniu kapitału zakładowego Banku poprzez emisję w trybie oferty publicznej nowych akcji oraz ubieganiem się o dopuszczenie akcji i praw do akcji do obrotu na rynku regulowanym, Spółka zawarła w dniu 19 czerwca 2015 r. umowę z firmą [...] ³⁷na świadczenie usług w procesie IPO Banku. Wybór firmy został dokonany zgodnie z *Zasadami realizacji zakupów w Banku Pocztowym S.A.* bez przeprowadzenia przetargu lub konkursu ofert, ze względu na korzystne warunki finansowe oraz satysfakcjonującą dotychczasową współpracę z lat 2012-2014. W dniu 1 lipca 2015 r. został podpisany z aneks nr 1 do umowy, a następnie w dniu 13 sierpnia 2015 r. aneks nr 2, dotyczące w szczególności tłumaczeń na język angielski skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej Banku. Łączne wynagrodzenie [...] ³⁸wynikające z umowy wraz z aneksami było rozliczane w oparciu o godzinowy czas pracy przepracowany przez audytorów i konsultantów. Prospekt emisyjny Banku został złożony do Komisji Nadzoru Finansowego w dniu 22 stycznia 2016 r.

W dniu 5 marca 2015 r. po przeprowadzeniu postępowania przetargowego Bank zawarł umowę w formie zlecenia z firmą [...] ³⁹na świadczenie usługi doradczej w zakresie opracowania Strategii Zarządzania Cyklem Życia Klienta i uczestnictwo w jej wdrożeniu. Umowa została zmieniona trzema aneksami, których przedmiotem było m.in. uszczegółowienie zakresu prac i sposobu rozliczenia części zmiennej wynagrodzenia oraz zmiana terminu odbioru prac. Realizacja projektu przez wykonawcę została zakończona w dniu 21 czerwca 2016 r. a prace zostały odebrane bez zastrzeżeń.

(dowód akta kontroli str. 4-12, 1176-1519, 1767)

2.4 Usługi medialne

Wszystkie umowy dotyczące zakupu usług medialnych wybrane do szczegółowego badania zostały zawarte w trybie przetargowym, zgodnie z *Zasadami zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*, procedurą wewnętrzną *Szczegółowy tryb zawierania umów w Banku Pocztowym S.A.*, *Zasadami realizacji zakupów w Banku Pocztowym S.A.* oraz procedurą wewnętrzną *Tryb dokonywania zakupów w Banku Pocztowym S.A.*

W dniu 29 kwietnia 2015 r. podpisana została z domem mediowym [...] ⁴⁰umowa dotycząca obsługi Banku Pocztowego w zakresie zakupu mediów na potrzeby działań reklamowych prowadzonych przez Bank w latach 2015-2016. W dniu 9 stycznia 2017 r., na mocy aneksu, okres obowiązywania umowy przedłużony został do dnia 31 marca 2017 r. W ramach umowy Spółka złożyła m.in. zamówienie zakupu emisji reklam w [...] ⁴¹w ramach kampanii *Pożyczki na Pocztę*, realizowanej od dnia 21 sierpnia 2016 r. do 18 września 2016 r. oraz zamówienie na emisję reklam w [...] ⁴²przy kampanii kont osobistych oraz kredytów gotówkowych (realizowanej od dnia 20 stycznia 2017 r. do dnia 11 czerwca 2017 r.). Po przeprowadzeniu kampanii sporządzone zostały raporty zawierające analizy kampanii oraz oceny ich efektywności, uwzględniające profesjonalne badanie rynku medialnego.

Umowa z dnia 22 czerwca 2015 r. podpisana przez Bank z [...] ⁴³dotyczyła przygotowania koncepcji i kierunków rekomendowanych działań w ramach tzw. Społecznej

³⁷ Patrz przyp. 21.

³⁸ Patrz przyp. 21.

³⁹ Patrz przyp. 21.

⁴⁰ Patrz przyp. 21.

⁴¹ Patrz przyp. 21.

⁴² Patrz przyp. 21.

⁴³ Patrz przyp. 21.

odpowiedzialności biznesu (CSR⁴⁴), po wcześniejszej analizie już przeprowadzonych działań z tego obszaru. W dniu 23 grudnia 2015 r. został podpisany aneks do umowy przedłużający współpracę do dnia 31 marca 2016 r. Wykonawca przekazywał Bankowi miesięczne sprawozdania z realizacji zadań w ramach umowy. Efektem kończącym współpracę było przekazanie rekomendowanych dla Banku kierunków działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Według Zastępcy Dyrektora Departamentu Marketingu i Public Relations Banku⁴⁵ ocena efektywności nie była raportowana z uwagi na brak takiego obowiązku w regulacjach wewnętrznych, a ponadto nie ocenia się efektywności tego typu usług, ograniczają się do raportowania działań wykonanych w ramach umowy.

W dniu 14 listopada 2014 r. Spółka podpisała umowę z firmą [...] ⁴⁶ (zmieniona aneksem z dnia 28 kwietnia 2015 r.). Przedmiotem umowy były m.in. audyt, wdrożenie i audyt po wdrożeniu strony internetowej Banku, szkolenie dla pracowników oraz monitoring strony internetowej. Rozliczanie zadań realizowanych w ramach umowy odbywało się na podstawie comiesięcznych raportów oceniających efektywność wykonanej usługi.

(dowód akta kontroli str. 4-12, 1012, 1520-1767)

Ustalone
nieprawidłowości

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

Ocena częściowa

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie, działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie.

IV. Pozostałe informacje i pouczenia

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

W związku z niestwierdzeniem nieprawidłowości w badanym obszarze Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje wniosków pokontrolnych i nie oczekuje odpowiedzi na niniejsze Wystąpienie.

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

Zgodnie z art. 54 *ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli*⁴⁷ 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.

Warszawa, dnia 02 stycznia 2018 r.

⁴⁴ Z ang. *Corporate social responsibility*.

⁴⁵ Pismo z dnia 14 grudnia 2017 r.

⁴⁶ Na podstawie art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2016 poz. 1764) i art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) NIK wyłączyła jawność informacji ze względu na tajemnicę handlową przedsiębiorcy.

⁴⁷ Dz. U. z 2017 r. poz. 524.

Najwyższa Izba Kontroli
Departament Gospodarki,
Skarbu Państwa i Prywatyzacji

Dyrektor
z up. Wicedyrektor
/-/ Dariusz Szalkowski

Kontroler:

/-/ Łukasz Urbanowicz
Specjalista kp.