



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura w Lublinie

LLU.410.024.03.2017

P/17/021

# WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura w Lublinie

ul. Okopowa 7, 20-022 Lublin

T +48 81 461 31 20, F +48 81 461 31 11

[llu@nik.gov.pl](mailto:llu@nik.gov.pl)

Adres korespondencyjny: Skr. poczt. P-112, 20-001 Lublin 1

## I. Dane identyfikacyjne kontroli

Numer i tytuł kontroli	P/17/021 – Wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa na działalność sponsoringową, medialną i usługi doradcze
Okres objęty kontrolą	2015-2017 (I półrocze)
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Lublinie
Kontrolerzy	1. Piotr Kwaśniak, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LLU/165/2017 z dnia 14 listopada 2017 r. 2. Marek Dałek, specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LLU/166/2017 z dnia 14 listopada 2017 r. (dowód: akta kontroli, tom I str. 3-6)
Jednostka kontrolowana	TAURON Sprzedaż sp. z o.o., ul. Łągiewnicka 60, 30-417 Kraków (dalej: Spółka)
Kierownik jednostki kontrolowanej	Rafał Soja – Prezes Zarządu od 23 stycznia 2016 r., wcześniej od 17 maja 2013 r. do 22 stycznia 2016 r. funkcję tę sprawował Ireneusz Perkowski (dowód: akta kontroli, tom I str. 7-11)

## II. Ocena kontrolowanej działalności

### Ocena ogólna

#### Uzasadnienie oceny ogólnej

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie<sup>1</sup> działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie.

Spółka przyjęła regulacje dotyczące działalności sponsoringowej, usług doradztwa prawnego oraz udzielania zamówień, opracowane i zatwierdzone przez TAURON Polska Energia S.A. i w zakresie realizacji zbadanych umów stosowała się do tych zasad. Analizowała efekty działalności zakupionych usług medialnych oraz sponsoringowych. Osiągnęła także zamierzone cele, w postaci m.in. zwiększenia rozpoznawalności jej marki. TAURON Sprzedaż sp. z o.o. dokonywała szacowania wartości zbadanych umów: na doradztwo biznesowe oraz medialnych. Ich wartości odpowiadały cenom rynkowym. Przestrzegano regulacji ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych<sup>2</sup> (dalej: PZP) w zakresie zamówienia dotyczącego umowy sponsoringowej zawartej z Klubem Sportowym VIVE Kielce (dalej: Klub), a w odniesieniu do pozostałych zbadanych umów, tj. : sponsoringowej (zawartej ze Stowarzyszeniem „Dziewczęcy Chór Katedralny PUELLAE ORANTES”<sup>3</sup>) oraz zakupu usług doradztwa i medialnych przestrzegano procedur wewnętrznych. We wszystkich tych umowach prawidłowo zabezpieczono interes Spółki.

<sup>1</sup> Najwyższa Izba Kontroli stosuje 3-stopniową skalę ocen: pozytywna, pozytywna mimo stwierdzonych nieprawidłowości, negatywna. Jeżeli sformułowanie oceny ogólnej według proponowanej skali byłoby nadmiernie utrudnione, albo taka ocena nie dawałaby prawdziwego obrazu funkcjonowania kontrolowanej jednostki w zakresie objętym kontrolą, stosuje się ocenę opisową, bądź uzupełnia ocenę ogólną o dodatkowe objaśnienie.

<sup>2</sup> Dz. U. z 2017 r. poz. 1579, ze zm.

<sup>3</sup> Dalej: Stowarzyszenie.

### III. Opis ustalonego stanu faktycznego

#### 1. Zasady prowadzenia działalności sponsoringowej oraz zakupu usług medialnych i doradczych

Opis stanu faktycznego

1.1. TAURON Sprzedaż sp. z o.o. jest spółką wchodzącą w skład Grupy TAURON<sup>4</sup>, w której spółką dominującą jest TAURON Polska Energia S.A. (dalej: Spółka dominująca lub TPE).

W Spółce obowiązywały opracowane i wdrożone do stosowania w Grupie TAURON uregulowania dotyczące m.in. prowadzenia działalności sponsoringowej, zakupu usług doradczych i udzielania zamówień:

- Zasady współpracy w obszarze zarządczym – postępowania, doradztwo prawne oraz regulacje wewnętrzne<sup>5</sup> (dalej: Zasady usług doradztwa prawnego);
- Zasady prowadzenia działalności sponsoringowej<sup>6</sup> (dalej: Zasady sponsoringu), doprecyzowane dokumentem pn. Metodologia badawcza doboru, planowania, analizowania i raportowania efektywności działań sponsoringowych<sup>7</sup> (dalej: Metodologia);
- Regulamin Udzielania Zamówień w Grupie TAURON (dalej: Regulamin)<sup>8</sup>.

1.2. Zasady usług doradztwa prawnego dotyczyły m.in.: współpracy pomiędzy radcami prawnymi i adwokatami zatrudnionymi w spółkach Grupy TAURON oraz dokonywania, w sytuacjach wyjątkowych, wyboru zewnętrznych kancelarii prawnych wspierających obsługę prawną Grupy.

TPE określił zasady wyboru zewnętrznych kancelarii, innych niż wykonujących bieżącą obsługę prawną oraz zamawiania ekspertyz prawnych. Zgodnie z rozdziałem II, podrozdziałem IX, ust. 8 tego dokumentu, Spółka zobowiązana była do konsultowania z TPE zawarcia każdej umowy w przedmiocie bieżącej obsługi prawnej lub świadczenia innych usług prawnych. Spółce dominującej przekazywano także kwartalne i roczne raporty o: stanie zatrudnienia służb prawnych oraz osobach świadczących usługi prawne i sprawozdania z wykonania budżetu obszaru prawnego. Spółka zobowiązana była do uzyskiwania opinii TPE co do projektu budżetu obszaru prawnego.

W czasie przeprowadzania kontroli NIK w strukturze organizacyjnej Spółki funkcjonował Zespół Prawny, [...]\*. Wykonywali oni zadania z zakresu obsługi prawnej, mającej na celu zaspokojenie bieżących potrzeb wynikających z typowej działalności Spółki. [...]\*

(dowód: akta kontroli, tom I str. 274-332, 335-338)

1.3. Uregulowania dotyczące zewnętrznego doradztwa biznesowego na rzecz spółek Grupy TAURON określone zostały przez Spółkę dominującą w piśmie z 12 stycznia 2016 r. Spółki zależne zostały zobowiązane do przekazywania do [...]\*, przed uruchomieniem procedury wyłonienia wykonawcy, informacji o konieczności zlecenia na zewnątrz realizacji prac, m.in.: sporządzania analiz organizacyjnych, planów, koncepcji lub programów reorganizacji i optymalizacji, modeli biznesowych.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 333-334)

<sup>4</sup> Grupę TAURON tworzy ok. 30 powiązanych kapitałowo podmiotów gospodarczych.

<sup>5</sup> Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 69/2013 Prezesa Zarządu TAURON Polska Energia S.A. z 14 października 2013 r.

<sup>6</sup> Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 8/2014 Prezesa Zarządu TAURON Polska Energia S.A. z 1 sierpnia 2014 r.

<sup>7</sup> Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 11/2014 Prezesa Zarządu TAURON Polska Energia S.A. z 9 września 2014 r.

<sup>8</sup> Wprowadzony Zarządzeniem nr 13/2014 Prezesa Zarządu TAURON Polska Energia S.A. z 21 października 2014 r. do stosowania w Grupie TAURON, zmieniony m.in. zarządzeniem Prezesa Zarządu TAURON Polska Energia S.A. nr: 18/2015 z 21 lipca 2015 r.

1.4. W Zasadach sponsoringu i Metodologii podano m.in., że przedsięwzięcia sponsoringowe można prowadzić, wspierając w szczególności: działalność kulturalną również w obszarze kultury masowej, naukę oraz szkolnictwo publiczne na różnych poziomach kształcenia, inicjatywy proekologiczne, sport (w tym profesjonalny), akcje społeczne. Zakres prowadzenia działalności i sposób realizacji celów sponsoringowych Grupy Tauron określany był w Planie, przygotowywanym w terminie do 15 listopada każdego roku, poprzedzającego rok objęty planem, przyjmowanym przez Zarząd i opiniowanym przez Radę Nadzorczą. Działalność sponsoringowa, prowadzona na podstawie tego Planu, podlegała stałej ocenie i monitorowaniu przez Radę Nadzorczą. Założono m.in., że przedsięwzięcia sponsoringowe zostaną poddane ocenie efektywności w realizowaniu stawianych im celów po ich zakończeniu, a w przypadku działań wieloletnich przynajmniej raz przed zakończeniem okresu ich realizacji, o ile trwa on nie krócej niż dwa lata. W Metodologii określono także zasady sporządzania sprawozdań z realizacji działań przez beneficjentów sponsoringu oraz raportów przez firmy badawcze.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 339-400)

1.5. Regulamin określał zasady planowania, przygotowywania oraz sposób prowadzenia postępowań w celu udzielania zamówień i był stosowany m.in. do zakupu usług sponsoringowych, medialnych i doradczych. Regulaminu nie stosowano do zamówień, o których mowa w art. 4 PZP, z wyłączeniem art. 4 pkt 8, oraz do zamówień określonych w przepisach art. 136, 137, 138 i 138a tej ustawy. Nie stosowano go także do udzielania zamówień niepublicznych, których przedmiotem były m.in.: dostawy gazu z sieci gazowej, energii elektrycznej z sieci elektroenergetycznej, ciepła z sieci ciepłowniczej, usługi przesyłowe lub dystrybucyjne energii elektrycznej lub gazu ziemnego, działalność charytatywna i działalność sponsoringowa o wartości nieprzekraczającej kwoty określonej w rozporządzeniu Prezesa Rady Ministrów wydanym na podstawie art. 11 ust. 8 PZP dla zamówień sektorowych. Wg wyjaśnienia Prezesa Zarządu, wybór wykonawcy usług medialnych odbywał się na podstawie precyzyjnie określonych przez Zamawiającego wskaźników, dotyczących m.in. emisji reklam w najlepszym czasie antenowym, które już na etapie wyboru wykonawcy pozwalały stwierdzić, czy założenia Zamawiającego zostaną zrealizowane.

Spółka nie miała obowiązku ustalenia odrębnych zasad zlecenia usług medialnych i takich zasad nie opracowała.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 401-422, tom II str. 26)

1.6. Na podstawie § 22 ust. 2 pkt 6 Umowy Spółki<sup>9</sup> Rada Nadzorcza została wyposażona w kompetencję udzielania Zarządowi zgody na zawarcie umowy o wartości przekraczającej równowartość 5 000 euro w złotych, której celem była darowizna. Zarząd natomiast, zgodnie z § 16 ust 4 pkt 12 Umowy Spółki, miał kompetencję do podejmowania uchwał ws. zawarcia umowy darowizny na rzecz Fundacji TAURON (dalej: Fundacja).

W kontrolowanym okresie Spółka nie zawierała umów mecenatu.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 184-223)

Ustalone  
nieprawidłowości

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

<sup>9</sup> Załącznik do uchwały nr 12/III/2013 Rady Nadzorczej z 28 lutego 2013 r. i nr 120/III/2015 Rady Nadzorczej Spółki z 27 listopada 2015 r.

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie<sup>10</sup> działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie. Spółka przyjęła do stosowania regulacje dotyczące działalności sponsoringowej, usług doradztwa prawnego oraz udzielania zamówień, obowiązujące w Grupie TAURON, opracowane i zatwierdzone przez spółkę dominującą TAURON Polska Energia S.A.

## 2. Cele i efekty działalności sponsoringowej oraz zakupu usług medialnych i doradczych

Opis stanu faktycznego

**2.1** W latach obrotowych 2014, 2015 i 2016 w Spółce spełnione zostały warunki podjęcia działań sponsoringowych, określone w Modelu regulacji działalności sponsoringowej spółek z udziałem Skarbu Państwa<sup>11</sup>. W ww. latach Spółka uzyskała dodatni wynik finansowy, osiągnęła zysk operacyjny, a w wyniku działalności sponsoringowej nie nastąpiło pogorszenie jej sytuacji finansowej.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 383-399, 425, tom II str. 27)

**2.2.** W badanym okresie Spółka realizowała dwie umowy sponsoringowe, [...] <sup>12</sup> Umowy określały świadczenia Sponsora (Spółki) oraz wzajemne, ekwiwalentne świadczenia sponsorowanych (Stowarzyszenia i Klubu), mające na celu wspieranie działalności marketingowej i komunikacyjnej Sponsora i spółek wchodzących w skład jego grupy kapitałowej oraz promocję marki TAURON Polska Energia. W przypadku Klubu było to m.in.: posługiwanie się wyłącznie nazwą „Vive TAURON Kielce”, informowanie o fakcie sponsorowania przez Spółkę oraz o przyznanej jej tytule „Sponsora Tytularnego Vive TAURON Kielce”, umieszczenie logo TAURON na koszulkach meczowych zawodników Klubu, emitowanie reklam Spółki dominującej. Sponsorowani zostali zobowiązani do przygotowania i dostarczenia Sponsorowi okresowych raportów z realizacji umowy. Płatności, wg umów, następowały cyklicznie, po akceptacji ww. raportów.

Zgodnie z rozdziałem II § 2 ust. 2, 3, 4 Zasad sponsoringu, po przypisaniu przez TPE zadań do realizacji, Spółka finansowała je, nadzorowała, raportowała ich przebieg, w szczególności wykonanie celów przypisanych tym działaniom. Wg raportów dotyczących efektywności działań sponsoringowych dotyczących Stowarzyszenia i Klubu w 2016 r. i I półroczu 2017 r. ekwiwalent reklamowy tych działań<sup>13</sup> wyniósł odpowiednio [...] <sup>\*</sup>.

Przy realizacji umów sponsoringowych przestrzegano Zasad sponsoringu i Metodologii.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 383-399, 424, 427-512, tom II str. 12-28)

**2.3.** W okresie objętym kontrolą Spółka realizowała umowy doradcze, na które wydatkowano kwotę [...] <sup>\*</sup>. Badaniu poddano dwie umowy o doradztwo prawne i jedną dotyczącą świadczenia usług doradztwa biznesowego.

### 2.3.1. [...] <sup>\*</sup><sup>14</sup>

<sup>10</sup> Najwyższa Izba Kontroli stosuje 3-stopniową skalę ocen cząstkowych dotyczących działalności w badanym obszarze: pozytywna, pozytywna mimo stwierdzonych nieprawidłowości, negatywna. Jeżeli sformułowanie oceny cząstkowej według proponowanej skali byłoby niemożliwe lub nadmiernie utrudnione, albo taka ocena nie dawałaby prawdziwego obrazu funkcjonowania kontrolowanej jednostki w zakresie objętym kontrolą, należy zastosować ocenę opisową.

<sup>11</sup> Wprowadzonym zarządzeniem nr 5 Ministra Skarbu Państwa z 13 lutego 2009 r.

<sup>12</sup> [...] <sup>\*</sup>.

<sup>13</sup> Analizę w tym zakresie prowadzono na podstawie danych zawartych w sprawozdaniach sponsoringowych z umów oraz niezależnego monitoringu mediów (prasy, radia, internetu i telewizji), np. liczba artykułów, reklam, wejść na strony internetowe poświęcone danemu wydarzeniu, wraz z informacją o sponsorze.

<sup>14</sup> [...] <sup>\*</sup>.

Według wyjaśnienia Prezesa Zarządu, zlecone usługi wymagały szczególnej wiedzy eksperckiej w odniesieniu do określonego stanu faktycznego dotyczącego zawilego problemu prawnego i nie mogły być wykonane przez pracowników Spółki lub podmioty świadczące usługi w ramach stałej umowy cywilnoprawnej.

Przy zawarciu ww. umów przestrzegano Zasad usług doradztwa prawnego. Spółka, dokonując wyboru zewnętrznych kancelarii, występowała ze stosownymi wnioskami do TPE o wyrażenie zgody na zawarcie umowy z kancelarią.

Efektom realizacji ww. umów były m.in. opinie prawne, reprezentowanie Spółki w ramach prowadzonych postępowań (w tym przed Prezesem Urzędu Regulacji Energetyki), przygotowanie pism procesowych (w tym odpowiedzi na pozwy), spotkania z klientami Spółki, analizy dokumentów i sporządzane na ich podstawie wnioski oraz raporty z wykonanych prac. [...]\*

Do [...]\* kierowano doraźne zlecenia w sprawach postępowań toczących się przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dotyczących postępowania antymonopolowego, w których istniało zagrożenie nałożenia na Spółkę kary pieniężnej w wysokości do 10% rocznego obrotu<sup>15</sup>. Umowy z tą Kancelarią zawierała Spółka dominująca.

(dowód: akta kontroli, tom II str. 12-29, 35-149)

**2.3.2.** Analizą objęto dokumentację dotyczącą przygotowania i przeprowadzenia postępowania niepublicznego w trybie negocjacji bez ogłoszenia na „Opracowanie koncepcji dla nowych kanałów sprzedażowych i usługowych z wykorzystaniem sieci stacjonarnych Punktów Partnerskich oraz platformy internetowej e-commerce.” Przedmiot zamówienia był realizowany dla TAURON Sprzedaż Sp. z o.o oraz TAURON Sprzedaż GZE Sp. z o. o. z siedzibą w Gliwicach (dalej: TS GZE). [...]\* Wspólne działanie miało na celu ograniczenie kosztów postępowania oraz zmniejszenie zasobów ludzkich zaangażowanych w przeprowadzenie postępowania.

Umowę z wykonawcą [...]\*zawarto 18 grudnia 2015 r. Przedmiotem zamówienia było świadczenie usług doradztwa biznesowego, [...]\*.

Komitet Sterujący Projektu Spółki po zapoznaniu się z realizacją I etapu przedmiotu umowy przyjął rezultaty pracy [...]\*. Ze względu jednak na proces zmian organizacyjnych w TAURON Polska Energia oraz weryfikację realizowanych projektów w spółkach Grupy Kapitałowej TAURON i prowadzonymi pracami nad nowym modelem biznesowym Grupy, podjęto decyzję, że kolejne etapy prac z wykonawcą w ramach umowy nie będą prowadzone. [...]\*

Prace projektowe dotyczyły analizy rynku oraz benchmarków branżowych w Polsce i za granicą pod kątem istniejących sieci stacjonarnych sprzedaży oraz systemów e-commerce. Wyniki prac przedstawionych przez [...]\*zostały wykorzystane przez Spółkę w realizacji dwóch projektów: [...]\*. W przypadku pierwszego z ww. projektów wyniki pracy [...]\*wykorzystano przy tworzeniu stacjonarnych punktów partnerskich oraz modyfikacji siatki własnych placówek stacjonarnych, tj. dokonano podziału na punkty obsługi klienta o różnym profilu, zmieniono godziny ich otwarcia, dostosowano do gęstości zaludnienia i sieci placówek konkurencji. W drugim

---

<sup>15</sup> Maksymalna kwota kary przewidziana w przepisach ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2017 r. poz. 229, ze zm.).

projekcie wyniki pracy [...] wykorzystano przy opracowaniu planu rozwoju narzędzi e-commerce [...].

(dowód: akta kontroli, tom I str. 224-273)

**2.4.** W latach 2015-2017 (I półrocze) Spółka realizowała umowy medialne w ramach których wydatkowała kwotę [...]. Analizą objęto trzy umowy na łączną kwotę [...], dotyczące świadczenia kompleksowej obsługi w zakresie planowania i zakupu czasu antenowego w telewizji ogólnopolskiej oraz zakupu powierzchni reklamowej w prasie regionalnej.

**2.4.1.** W dniu 20 marca 2015 r. Spółka zawarła umowę z domem mediowym [...]. Przedmiotem umowy była kompleksowa obsługa w zakresie planowania i zakupu czasu antenowego w telewizji ogólnopolskiej w ramach kampanii mediowej Spółki, [...].

Zgodnie z umową, za prawidłowe i terminowe wykonanie przedmiotu umowy Spółka zobowiązała się zapłacić wykonawcy wynagrodzenie netto [...]. Rzeczywiste koszty Spółki realizacji umowy odpowiadały wartości wyrażonej w umowie [...].

Plan zakładał emisję 2 627 spotów reklamowych (30, 15 i 8 sekundowych w TVP, TVN, Polsacie i kanałach tematycznych). Rzeczywista emisja spotów wyniosła 2 743 i była wyższa od planowanej o 116 (4,4%). [...] Z kampanią zetknięło się 33% klientów grupy docelowej, co przekraczało zakładany przez Spółkę próg minimalny, ustalony na poziomie 25%.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 12-67)

**2.4.2.** W dniu 21 października 2015 r. Spółka zawarła umowę z domem mediowym [...] na świadczenie kompleksowej obsługi w zakresie planowania i zakupu czasu antenowego w telewizji ogólnopolskiej w ramach kampanii mediowej, realizowanej w od 2 listopada 2015 r. do 31 grudnia 2015 r. oraz planowania i zakupu powierzchni reklamowej w prasie regionalnej, realizowanej od 2 listopada 2015 r. do 31 marca 2016 r. Celem kampanii było „wywołanie popytu na zakup oferty TAURONA”. Za wykonanie przedmiotu umowy wynagrodzenie wynosiło [...] stanowiło wynagrodzenie za zakup czasu antenowego i pozostałe usługi zleceniobiorcy, [...] – zakup powierzchni reklamowej w prasie regionalnej. Poniesione koszty przeprowadzenia telewizyjnej kampanii reklamowej nie przekroczyły kwoty umownej i wyniosły [...].

Umowa zakładała emisję spotów reklamowych 30 i 15 sekundowych w telewizjach ogólnopolskich (TVP 1, TVP 2, Polsat, TVN) oraz kanałach tematycznych. Z raportu sporządzonego przez firmę zewnętrzną po przeprowadzonej kampanii wynikało, że na łączną planowaną liczbę 3 566 spotów reklamowych wyemitowano ich 3 735, tj. o 169 (4,7%) więcej niż zakładał plan. [...] Z kampanią zetknięło się 46% klientów grupy docelowej, zakładany przez Spółkę próg minimalny na poziomie 25% został znacznie przekroczony.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 51-63, 68-105)

**2.4.3.** W dniu 22 marca 2016 r. Spółka zawarła umowę z domem mediowym [...]. Dotyczyła ona kompleksowej obsługi w zakresie zakupu czasu antenowego w telewizji ogólnopolskiej w ramach kampanii mediowej TAURON Sprzedaż sp. z o.o., realizowanej od 1 kwietnia 2016 r. do 13 czerwca 2016 r. oraz planowania i zakupu powierzchni reklamowej w prasie regionalnej od 1 kwietnia 2016 r. do 31 sierpnia 2016 r. Celem kampanii było „wywołanie popytu na zakup oferty TAURONA”. Skierowana była na gospodarstwa domowe, klientów zorientowanych

głównie na oszczędności, w wieku 30-55 lat. Zadanie w stacjach telewizyjnych (głównie TVP 1, TVP 2, Polsat, TVN) miało być realizowane poprzez emisję spotów 30 i 15 sekundowych, a w prasie regionalnej zakup powierzchni reklamowej w zależności od bieżących potrzeb Spółki. Umowne wynagrodzenie [...] stanowiła kwota przeznaczona na zakup czasu antenowego i pozostałe usługi wykonawcy, [...] – na zakup powierzchni reklamowej w prasie regionalnej. Wydatki poniesione na reklamę telewizyjną wyniosły [...], a na reklamę w prasie regionalnej [...].

W wyniku realizacji umowy spoty telewizyjne obejrzało 6,5 mln z grupy docelowej oraz 32,4 mln osób z całej populacji. Każda z osób widziała spoty w kampanii średnio 26 razy z grupy docelowej i 20 razy z całej populacji. Łącznie wyemitowano 2 497 spotów reklamowych, tj. 97,9% planowanej ich ilości (2 550), co było zgodne z zapisami umowy, która dopuszczała możliwość odchylenia w tym zakresie do 3%.

[...] Z kampanią zetknęło się 40% klientów grupy docelowej, tj. przekroczono założony przez TAURON Sprzedaż sp. z o.o. 25% próg minimalny.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 51-63, 106-165)

Prezes Zarządu wyjaśnił, że „w zakresie usług medialnych oraz doradczych nie opracowano w Spółce procedur (standardów) dokonywania oceny efektów, jakie te usługi przyniosły. Niemniej Spółka w okresie kontrolowanym nie odnotowała przypadków poniesienia negatywnych konsekwencji świadczenia usług dotyczących doradztwa czy zakupu usług medialnych”.

(dowód: akta kontroli, tom II str.13-26)

**2.5.** W badanym okresie Spółka realizowała dwie umowy darowizny, na które wydatkowała [...]. Umowy dotyczyły przekazania przez TAURON Sprzedaż sp. z o.o. środków finansowych na rzecz Fundacji, prowadzącej działalność statutową w zakresie m.in. strategii zrównoważonego rozwoju Grupy TAURON oraz wzrostu rozpoznawalności Fundacji i marki Spółki. Fundacja realizowała trzy kluczowe projekty: „Domy Pozytywnej Energii”, „Bohaterowie z dnia na dzień” i „Bezpieczniki TAURONA”. Na wnioski Fundacji, złożone w dniach: 5 lutego 2015 r. i 2 lutego 2016 r., zgodnie z Umową Spółki, Rada Nadzorcza TAURON Sprzedaż sp. z o.o. udzieliła Zarządowi zgody na przekazanie środków finansowych w wysokości [...] w 2015 r. i [...] w 2016 r. Po zawarciu umów darowizny w dniach: 3 kwietnia 2015 r. i 11 października 2016 r., Spółka przekazała na wskazany rachunek bankowy ww. kwoty. Zgodnie z zapisami umów, środki finansowe przeznaczone były na realizację celów statutowych Fundacji.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 166-183)

**2.6.** Prezes Zarządu wyjaśnił, że „zgodnie z regulacjami wewnątrz korporacyjnymi przyjęcie rocznego raportu z realizacji Planu sponsoringu wymagało uchwały Zarządu TAURON Polska Energia S.A. oraz pozytywnej opinii Rady Nadzorczej. Stąd też Rada Nadzorcza TAURON Sprzedaż sp. z o.o. nie prowadziła monitoringu w tym zakresie. Radzie Nadzorczej Spółki powierzono m.in. kompetencje decyzyjne w zakresie zatwierdzania planów krótko i długoterminowych, w tym planów strategicznych, planu rzeczowo-finansowego oraz nadzór nad całokształtem prowadzonej działalności w odniesieniu do osiąganych wyników finansowych i realizacji zadanych celów niefinansowych”.

(dowód: akta kontroli, tom II str. 12-27)

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

Ustalone  
nieprawidłowości



Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie. W przypadku zbadanych umów Spółka stosowała się do zasad dotyczących działalności sponsoringowej, usług doradztwa prawnego oraz udzielania zamówień. Analizowała efekty działań sponsoringowych oraz zakupu usług medialnych i osiągnęła zamierzone cele.

### **3. Wydatkowanie środków finansowych na działalność sponsoringową oraz zakup usług medialnych i doradczych**

Opis stanu faktycznego

**3.1.** W objętych badaniem umowach: sponsoringu, usług medialnych i doradczych zabezpieczono interes Spółki poprzez zawarcie w nich zapisów zgodnych z obowiązującymi w Grupie TAURON zasadami określonymi w Regulaminie stosowania Klauzul Standardowych i Wzorów Umów. Nie wystąpiły jednak sytuacje uprawniające do ich wykorzystania.

(dowód: akta kontroli, tom II str. 14-29, 150-176)

Umowy sponsoringowe przewidywały możliwość nałożenia na sponsorowanych kar umownych w wysokości do [...] (w przypadku umowy ze Stowarzyszeniem) lub [...] (umowa z Klubem) wartości umowy netto, [...]. Zawarto w nich także klauzule o możliwości odstąpienia Sponsora od umów w ich niewykonanych częściach oraz w razie istotnego pogorszenia się jego kondycji finansowej.

W pozostałych umowach zawarto postanowienia zabezpieczające interes Spółki w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu zamówienia. W umowach o doradztwo prawne m.in. przewidziano kary umowne [...].

W umowie o doradztwo biznesowe najniższa kara finansowa wynosiła [...] wartości zamówienia, [...].

W umowach na usługi medialne zakres kar finansowych zawierał się [...].

(dowód: akta kontroli, tom I str. 106-123, 224-247, 427-512, tom II str. 35-149)

**3.2.** Spółka nie prowadziła własnych analiz przed zawarciem umów sponsoringu. Wszystkie działania związane z działalnością sponsoringową odbywały się zgodnie z obowiązującymi Spółkę regulacjami. Stosownie do rozdziału II § 2 ust. 2, 3, 4 Zasad sponsoringu, po przypisaniu przez TAURON Polska Energia S.A. działań do realizacji, Spółka finansowała te działania, nadzorowała je oraz raportowała ich przebieg, w szczególności na potrzeby dokonania pomiaru realizacji celów i efektywności. W 2015 r. i 2016 r. Spółka realizowała działania sponsoringowe powierzone przez TPE.

Realizację dwóch zbadanych umów sponsoringowych monitorowano za pomocą cząstkowych raportów (sprawozdań) dostarczanych przez podmioty sponsorowane. Raporty te były podstawą do wystawienia faktur z tytułu realizacji umów. Na podstawie tych raportów prowadzone były badania, efektem których były opracowane raporty badawcze dotyczące efektywności działań sponsoringowych dla spółki Grupy TAURON, zgodnie z Zasadami sponsoringu i Metodologią.

Umowę sponsoringową z Klubem zawarto w trybie z wolnej ręki, na podstawie art. 66 i art. 67 ust. 2 PZP. Spółka w dniu wszczęcia postępowania zawiadomiła o tym Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych, podając uzasadnienie faktyczne i prawne zastosowania trybu udzielenia zamówienia. W dniu 12 sierpnia 2015 r. opublikowano ogłoszenie o udzieleniu zamówienia. Postępowanie dotyczące zawarcia umowy sponsoringowej ze Stowarzyszeniem prowadzono na podstawie przepisów Regulaminu.

(dowód: akta kontroli, str. tom I str. 383-400, 454-460, 461-466, 504-512, tom II str. 13-30, 177)

**3.3.** W przypadku umów na usługi medialne dokonywano szacowania wartości zamówienia poprzez analizę kosztów historycznych i wyników kampanii przeprowadzonych w poprzednich latach oraz przewidzianego budżetu na zakup czasu antenowego na daną kampanię reklamową. Wycena wartości usług, w ramach zbadanych trzech umów, odpowiadała cenom rynkowym, biorąc pod uwagę oglądalność będącą podstawowym wskaźnikiem, świadczącym o odpowiednim zaplanowaniu zakupu czasu antenowego.

Zgodnie z art. 4 pkt 3 lit. h PZP, w okresie objętym kontrolą, zakup czasu antenowego przez Spółkę wyłączony był ze stosowania tej ustawy. Postępowania dotyczące trzech zbadanych umów na usługi medialne prowadzono na podstawie przepisów § 12 ust. 4 Regulaminu.

[...]\*

(dowód: akta kontroli, tom I str. 25-32, 86-96, 135-144)

**3.4.** W odniesieniu do umowy o świadczenia usług doradztwa biznesowego wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych zawartej z [...]\* szacunkowa wartość przedmiotu zamówienia została ustalona na podstawie analizy cen rynkowych za usługi doradcze firm konsultingowych. Wg wyjaśnienia Prezesa Zarządu Spółki, wartość zamówienia szacowano biorąc także pod uwagę ilość roboczogodzin pracy konsultanta oraz ilość dni jego pracy na danym etapie realizacji umowy z uwzględnieniem aktualnie obowiązujących stawek rynkowych.

Wyłonienie doradcy biznesowego [...]\* z siedzibą w W. odbyło się zgodnie z obowiązującymi w Grupie TAURON regulacjami, tj. w trybie określonym w § 12 pkt 5 Regulaminu, polegającym na udzieleniu zamówienia po przeprowadzeniu negocjacji z co najmniej trzema wykonawcami.

Postępowanie o udzielenie zamówienia niepublicznego na ww. usługi doradcze prowadzono w trybie negocjacji bez ogłoszenia. Ze względu na charakter postępowania i chęć zabezpieczenia wycieku informacji o planowanych projektach, zaproszenie do udziału w postępowaniu nie było podawane do publicznej wiadomości i zostało przekazane w dniu 2 września 2015 r. do [...]\*. Po przeprowadzonych negocjacjach zaproszenie do składania ofert ostatecznych skierowano [...]\*. Ceny zaoferowane przez wszystkich trzech wykonawców przekraczały zaplanowaną wartość zamówienia netto. Po kolejnych negocjacjach z udziałem dwóch wykonawców, wybrano ofertę [...]\*, która spełniała wymogi formalne określone w specyfikacji warunków zamówienia i uzyskała najwyższą liczbę punktów zgodnie z przyjętymi kryteriami, jednak przekraczała kwotę przeznaczoną na sfinansowanie zamówienia [...]\*. Uchwałą nr 136/III/2015 z 17 grudnia 2015 r., Zarząd Spółki zwiększył kwotę przeznaczoną na sfinansowanie zamówienia [...]\*.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 248-267, tom II str. 12-31)

**3.5.** Wartość dwóch umów dotyczących usług prawnych oszacowano na podstawie przewidzianego budżetu Spółki na ten cel oraz stosowanych przez kancelarie stawek cenowych na rynku. Zgodnie z art. 4 pkt 3 lit. ea PZP, do zawarcia tych umów nie miały zastosowania przepisy ustawy. Prowadząc postępowania Spółka przestrzegała Zasad usług doradztwa prawnego, każdorazowo wybór kancelarii był poprzedzony uzyskaniem zgody TPE na zawarcie umowy.

(dowód: akta kontroli, str. tom I str. 425, tom II str. 14-31)

Ustalone  
nieprawidłowości

Ocena częściowa

**3.6.** W przypadku umów doradczych i medialnych zapłacone ceny odpowiadały oszacowanej wartości usług. Płatności za usługi były realizowane zgodnie z zawartymi umowami.

(dowód: akta kontroli, tom I str. 64-67, 97-102, 153-164, tom II str. 3-11, 47-62, 88-148)

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

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie. Spółka dokonywała oszacowania wartości zbadanych umów medialnych i umów na doradztwo biznesowe. Ich wartości odpowiadały cenom rynkowym. Przestrzegano regulacji PZP w zakresie zamówienia dotyczącego umowy sponsoringowej zawartej z Klubem, a w przypadku zbadanych pozostałych umów dotyczących zakupu usług: sponsoringowej, doradztwa i medialnych przestrzegano procedur wewnętrznych. We wszystkich badanych umowach prawidłowo zabezpieczono interes Spółki.

## IV. 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 z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli<sup>16</sup> 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 Lublinie.

Lublin, dnia 18 stycznia 2018 r.

Kontrolerzy:

Piotr Kwaśniak

Główny specjalista kontroli państwowej

Dyrektor

Delegatury Najwyższej Izby Kontroli  
w Lublinie

Edward Lis

.....  
*podpis*

*Marek Dałek*  
Specjalista kontroli państwowej

.....  
*podpis*

.....  
*podpis*

\*Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Lublinie wyłączyła z publikacji fragmenty wystąpienia pokontrolnego na podstawie art. 5 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września

<sup>16</sup> Dz. U. z 2017 r. poz. 524.

2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2016 r. poz. 1764, ze zm.), w związku z objęciem tych fragmentów tajemnicą przedsiębiorstwa w rozumieniu 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.) przez i na rzecz Tauron Sprzedaż Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie.