



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura w Poznaniu

LPO.410.032.01.2017

P/17/021

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

I. Dane identyfikacyjne kontroli

Numer i tytuł kontroli	P/17/021 – Wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa na działalność sponsoringową, medialną i usługi doradcze ¹
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Poznaniu
Kontrolerzy	1. Joanna Józwiak, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LPO/173/2017 z 16 października 2017 r. 2. Aneta Karska, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LPO/5/2018 z 5 stycznia 2018 r. <p style="text-align: right;">(dowód: akta kontroli str. 1-2b)</p>
Jednostka kontrolowana	Enea Spółka Akcyjna, ul. Górecka 1, 60-201 Poznań (dalej: Enea lub Spółka)
Kierownik jednostki kontrolowanej	Mirosław Kowalik, Prezes Zarządu Spółki Akcyjnej Enea ² (dalej: Prezes Zarządu) <p style="text-align: right;">(dowód: akta kontroli str. 3, 10)</p>

II. Ocena kontrolowanej działalności³

Ocena ogólna

Spółka opracowała i wdrożyła wewnętrzne procedury prowadzenia działalności sponsoringowej, dokonywania oceny efektów prowadzonych działań sponsoringowych, udzielania zamówień oraz zawierania i realizacji umów. Wydatki na działalność sponsoringową, medialną i doradczą zostały zrealizowane zgodnie z warunkami ustalonymi w umowach z wykonawcami oraz zgodnie z aneksami do tych umów.

Działalność sponsoringową Spółka finansowała w ramach kwot zaplanowanych w Planach prowadzenia działalności sponsoringowej przez Enea (dalej: Plany), które zostały przyjęte przez Zarząd Spółki i pozytywnie zaopiniowane przez Radę Nadzorczą. Plany te zostały sporządzone z naruszeniem wewnętrznych procedur pt.: „Zasady prowadzenia działań sponsoringowych w spółkach grupy kapitałowej Enea”⁴ i uregulowań zawartych w dokumencie pn. „Dobre praktyki w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa”⁵. Nie zaprezentowano w nich bowiem przewidywanych efektów z realizacji zaplanowanych działań sponsoringowych, a w Planach na 2016 r. i na 2017 r. zamieszczono działania

¹ Od 1 stycznia 2015 r. do 30 czerwca 2017 r. Badaniami mogły zostać objęte również działania jednostki kontrolowanej podejmowane przed, jak i po tym okresie, o ile miały one bezpośredni wpływ lub związek z ustaleniami stanu faktycznego dotyczącymi okresu objętego kontrolą.

² Od 7 stycznia 2016 r., poprzednio funkcję Prezesa Zarządu Spółki Enea pełnił: Wiesław Piosik od 7 grudnia 2015 r. do 7 stycznia 2016 r., Krzysztof Zamasz od 1 stycznia 2013 r. do 7 grudnia 2015 r.

³ Najwyższa Izba Kontroli stosuje 3-stopniową skalę ocen: pozytywna, pozytywna mimo stwierdzonych nieprawidłowości, negatywna. W przypadku, gdy 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 się ocenę ogólną o dodatkowe objaśnienie.

⁴ Wydanie 1 obowiązywało od 26.11.2013 r., zatwierdzone uchwałą Zarządu Enea nr 547/2013 z 26.11.2013 r., wydanie 2 - od 16.05.2015 r., zatwierdzone uchwałą Zarządu Enea nr 104/2015 z 28.04.2015 r., wydanie 3 - od 12.09.2017 r., zatwierdzone uchwałą Zarządu Enea nr 285/2017 z 4.09.2017 r., dalej: Zasady. Załącznik nr 1 do Zasad stanowił dokument pt. „Metodologia badawcza doboru, planowania, analizowania i raportowania efektywności działań sponsoringowych”, dalej: Metodologia.

⁵ W dniu 15 czerwca 2016 r. Minister Skarbu Państwa wprowadził w życie dokument (tzw. Kodeks dobrych praktyk) - <http://www.sejm.gov.pl/Sejm7.nsf/InterpelacjaTresc.xsp?key=27E5D59A>; dalej: „Dobre Praktyki”.

dotyczące sponsoringu sportu profesjonalnego pomimo, że Zarząd Enea nie dysponował profesjonalną prognozą efektywności, uwzględniającą analizę rynku medialnego. Prognozę taką przeprowadzano dopiero przed zawarciem umowy sponsoringowej. Ponadto, dwie⁶ spośród czterech kontrolowanych umów sponsoringowych, o wartości [...] ⁷ zostały zawarte, pomimo niespełnienia warunku dla ich zawarcia⁸, polegającego na osiągnięciu przez Spółkę dodatniego wyniku finansowego w roku poprzedzającym realizację tych działań. Sponsorowani składali Spółce raporty częściowe i końcowe z realizacji działań sponsorowanych. Zrealizowane działania sponsoringowe Spółka poddawała badaniu efektywności przez wyspecjalizowane agencje badawcze. Według wyników tych badań, cztery zrealizowane działania sponsoringowe (objęte kontrolą NIK) były efektywne. Rada Nadzorcza Spółki pozytywnie oceniała realizowane działania sponsoringowe, wyrażając w podjętych uchwałach pozytywną opinię dla rocznych raportów z realizacji Planu promocji za dany rok dla Grupy Enea.

Wyboru wykonawców usług medialnych i doradczych dokonano zgodnie z obowiązującymi procedurami udzielania zamówień⁹, z zachowaniem zasady konkurencyjności. W dwóch postępowaniach na wybór wykonawców usług medialnych, jednym na wykonawcę usług doradczych oraz w przypadku trzech działań sponsoringowych, nie zostały sporządzone dokumenty szacowania wartości zamówień, podpisane przez osobę upoważnioną do szacowania, określone w § 4 ust. 7 Regulaminu z 2014 r.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego

1. Ustanawianie i przestrzeganie zasad działalności sponsoringowej

Opis stanu faktycznego

1.1. Zgodnie z § 1 ust. 3 zarządzenia nr 5 Ministra Skarbu Państwa z 13 lutego 2009 r. w sprawie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa¹⁰ (dalej zarządzenie nr 5 Ministra Skarbu Państwa), w spółkach giełdowych może być stosowany Model określony w załączniku¹¹ do tego zarządzenia. Zarząd Enea uchwalił „Zasady prowadzenia działań sponsoringowych w spółkach grupy kapitałowej Enea”, których integralną częścią był dokument pn. „Metodologia badawcza doboru, planowania, analizowania i raportowania efektywności działań sponsoringowych”.

(akta kontroli, str. 186-312)

1.2. Obowiązujące w Spółce Zasady i Metodologia¹² były zgodne z wymogami określonymi przez Ministra Skarbu Państwa w Modelu. Określały one m.in. dziedziny

⁶ Umowy nr CRU/U/1100/9000011800/2015 i nr CRU/U/1100/9000012213/2015 zawarte 1.12.2015 r.

⁷ 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.), dalej art. 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁸ Ustalonego w postanowieniach § 3 ust. 2 pkt a Zasad prowadzenia działań sponsoringowych w Grupie Enea, wydanie 2.

⁹ W latach objętych kontrolą NIK obowiązywał Regulamin udzielania zamówień zatwierdzony uchwałą Zarządu Spółki z 1.04.2014 r. (dalej Regulamin z 2014 r.) z późniejszymi zmianami, następnie Regulamin zatwierdzony uchwałą Zarządu Spółki z 11.05.2016 r. oraz Regulamin zatwierdzony uchwałą Zarządu Spółki z 16.08.2016 r.

¹⁰ Zarządzenie to zostało dwukrotnie zmienione, zarządzeniami Ministra Skarbu Państwa: nr 37 z dnia 23 sierpnia 2011 r. oraz nr 49 z dnia 3 września 2012 r. Uchylone zostało Zarządzeniem nr 22 Ministra Skarbu Państwa z dnia 17 czerwca 2016 r. uchylającym zarządzenie w sprawie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa.

¹¹ Pn. „Model regulacji działalności sponsoringowej spółek z udziałem Skarbu Państwa”, dalej: „Model”.

¹² Ocenie NIK poddano zasady prowadzenia działań sponsoringowych, obowiązujące od 16.05.2015 r. do 12.09.2017 r.

działań sponsoringowych¹³; warunki ogólne prowadzenia sponsoringu (zgodne z pkt 2 Modelu), sposób planowania działań w obszarze sponsoringu¹⁴ wraz z wymogiem sporządzenia planu promocji (zgodnie z pkt 4 Modelu). W przyjętym schemacie opracowywania Planu promocji, ustalono obowiązek przyjęcia tego Planu przez Zarząd Enea, w II połowie roku na kolejny rok obrotowy oraz przedłożenia go Radzie Nadzorczej, celem zatwierdzenia.

W Zasadach ustalone zostały zapisy umowne, jakie w szczególności winna zawierać umowa sponsoringowa, w tym m.in. zapisy ustalające mechanizmy umożliwiające wstrzymanie lub natychmiastowe zaprzestanie przez sponsora realizacji umowy sponsoringowej, w szczególności świadczeń na rzecz sponsorowanego, m.in. wobec faktu naruszenia prawa w realizacji projektu sponsoringowego lub postanowień umowy sponsoringowej, wystąpienia okoliczności w postaci pogorszenia kondycji finansowej sponsora lub Grupy Enea, korupcji lub działań sponsorowanego uniemożliwiających osiągnięcie zamierzonych celów projektu sponsoringowego lub /i umowy sponsoringowej, siły wyższej, a także wystąpienia okoliczności, które mogą zaszkodzić reputacji lub wizerunkowi sponsora/Grupy Enea.

W Zasadach ustalono, że Rada Nadzorcza Enea w sposób stały ocenia i monitoruje prowadzenie działań z obszaru sponsoringu oraz, że Rada decyduje o zasadach i sposobie dokonywania tej oceny i monitoringu (zgodne z pkt 12 Modelu).

W Zasadach wprowadzony został obowiązek dokonywania oceny efektywności zaangażowania środków w realizację projektów sponsoringowych na zasadach określonych w Metodologii (zgodnie z pkt 13 Modelu), opisanej w pkt 2.1. niniejszego wystąpienia. Wyniki oceny efektywności powinny stanowić część raportu rocznego z realizacji Planu sponsoringowego, który to raport zatwierdza Zarząd Spółki w formie uchwały, a następnie przedkłada do zaopiniowania Radzie Nadzorczej Enea¹⁵. Dane zawarte w raporcie rocznym, stanowić miały podstawę do opracowania sprawozdania dla Ministra Skarbu Państwa, o którym mowa w pkt 15 Modelu.

W Zasadach przyjęto następujące wytyczne dotyczące raportowania projektów sponsoringowych: (1) po zakończeniu każdego kwartału (do 10. dnia roboczego następnego miesiąca) Spółki należące do Grupy Enea przedstawiają indywidualne raporty z realizacji projektów sponsoringowych Departamentowi Komunikacji Korporacyjnej Enea; (2) Departament ten przedstawia zbiorczy raport w cyklu półrocznym Komitetowi Handlu i Promocji Grupy Enea, celem zaopiniowania, a następnie Zarządowi Spółki w celach informacyjnych; (3) po zakończeniu roku objętego planem sponsoringowym, do końca I kwartału roku następnego, Departament Komunikacji Korporacyjnej Enea opracowuje we współpracy ze Spółkami, raport roczny dla Grupy Enea. Raporty takie zostały opracowane za 2015 r. i 2016 r., następnie zatwierdzone przez Zarząd Enea i pozytywnie zaopiniowane przez Radę Nadzorczą Enea.

(akta kontroli, str. 235-272, 587-634)

Zgodnie z opisanymi wyżej wytycznymi dotyczącymi raportowania, w dniu 16 sierpnia 2016 r. Departament Public Relations i Komunikacji¹⁶ przedłożył do zaopiniowania Komitetowi Handlu i Promocji Grupy Enea (dalej Komitet) „Raport z realizacji planu

¹³ Sport profesjonalny, sport amatorski oraz propagowanie zdrowego trybu życia wśród dzieci i młodzieży, kultura i sztuka, w tym w obszarze kultury masowej, ochrona zdrowia, ekologia i ochrona środowiska, inicjatywy społeczne, nauka, edukacja i oświata.

¹⁴ [...] Usunięto na podstawie art. 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵ Rada Nadzorcza Enea w uchwale nr 37/IX/2016 podjętej 17.03.2016 r. 4/2016 pozytywnie zaopiniowała Raport z realizacji planu promocji w zakresie działań sponsoringowych i CSR w Grupie Enea w 2015 r., a w uchwale nr 13/IX/2017 z 23.03.2017 r. pozytywnie zaopiniowała Raport z realizacji planu promocji w zakresie działań sponsoringowych w Grupie Enea 2016 r. Zarząd Enea przedmiotowe Raporty zatwierdził uchwałą nr 50/2016 z 8.03.2016 r. (za 2015 r.) i uchwałą nr 94/2017 z 13.03.2017 r. (za 2016 r.).

¹⁶ Dalej: Departament PR i Komunikacji.

promocji w zakresie działań sponsoringowych w Grupie Enea w I półroczu 2016 r.”. Komitet, w uchwale nr 11/2016 z dnia 29 sierpnia 2016 r. wyraził pozytywną opinię dla przedłożonego Raportu. We wniosku z 18 sierpnia 2017 r., Departament PR i Komunikacji zwrócił się do Komitetu o zaopiniowanie Raportu z realizacji planu promocji w zakresie działań sponsoringowych w Grupie Enea w I półroczu 2017 r. W uchwale nr 10/2017 z dnia 4 września 2017 r. Komitet pozytywnie zaopiniował przedłożony Raport i zarekomendował przedstawienie tego Raportu Zarządowi Enea w celach informacyjnych.

(akta kontroli, str. 1170a, 1192-1272)

1.3. Plan promocji Grupy Enea na 2015 r., na 2016 r. i na 2017 r. przyjął Zarząd Spółki w uchwałach podjętych odpowiednio w dniu: 10 grudnia 2014 r., 29 września 2015 r. i 6 grudnia 2016 r. Rada Nadzorcza Spółki pozytywnie zaopiniowała te plany w uchwałach podjętych odpowiednio w dniu: 18 grudnia 2014 r., 8 października 2016 r. i 15 grudnia 2016 r.

(akta kontroli, str. 64-161, 167-169)

W załącznikach do planów promocji zamieszczone zostały wykazy planowanych działań sponsoringowych dla Enea i dla poszczególnych spółek należących do Grupy Enea. W wykazie planowanych działań sponsoringowych dla Enea na 2015 r. ujęto takie dane jak: nazwa jednostki sponsorującej/spółki prowadzącej projekt, dziedzinę działalności sponsoringowej¹⁷, nazwę projektu/wydarzenia, dane beneficjenta (organizatora), miejsce wydarzenia, zasięg, kwotę sponsoringu (netto), czas realizacji/datę wydarzenia, realizowany cel, informację czy to jest sponsoring tytułarny oraz czy jest zachowana wyłączność branżowa, opis wydarzenia i uzasadnienie. W wykazach na 2016 r. i na 2017 r. podane zostały takie dane jak: dziedzina działalności sponsoringowej, nazwa jednostki sponsorującej/spółki prowadzącej projekt i planowana kwota sponsoringu. W planach prowadzenia działalności sponsoringowej przez Enea:

- na 2015 r. zaplanowano [...] ¹⁸ na realizację [...] ¹⁹ projektów/wydarzeń i [...] ²⁰ na rezerwę;

- na 2016 r. zaplanowano [...] ²¹ na realizację [...] ²² projektów/wydarzeń i [...] ²³ na rezerwę;

- na 2017 r. zaplanowano [...] ²⁴ na realizację [...] ²⁵ projektów/wydarzeń i [...] ²⁶ na rezerwę.

Plany promocji nie były zmieniane w ciągu roku.

Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał w wyjaśnieniach, że koszty poszczególnych projektów sponsoringowych ujętych w ww. planach były szacowane na podstawie: umów sponsoringowych zawartych z danym podmiotem w roku poprzednim - jeżeli planowana była kontynuacja współpracy, ofert sponsoringowych otrzymanych od podmiotów zainteresowanych sponsoringiem, doświadczenia i wiedzy rynkowej Departamentu PR i Komunikacji o wartości poszczególnych pakietów sponsoringowych.

(akta kontroli, str. 88, 118, 161, 165, 170-185, 1166)

¹⁷ [...] Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

1.4. Dyrektor Pionu Obsługi Prawnej i Organów Spółki wyjaśnił, że Enea nie realizowała obowiązku przekazywania do Ministra Skarbu Państwa danych o działalności sponsoringowej w szczególności, o której mowa w pkt 15²⁷ Modelu, ponieważ uregulowania te w stosunku do spółek giełdowych mają charakter fakultatywny, a ponadto zarządzenie nr 5 Ministra Skarbu Państwa zostało uchylone w dniu 17 czerwca 2016 r. Dalej podał, że Minister Skarbu Państwa zwrócił się do reprezentantów Skarbu Państwa w Radzie Nadzorczej Enea pismem z 4 stycznia 2016 r. prosząc o wprowadzenie do porządku najbliższego posiedzenia Rady Nadzorczej punktu dotyczącego informacji o wydatkach, jakie Spółka poniosła w latach 2013-2015 m.in. na reklamę i sponsoring. Informacja taka została zaprezentowana na posiedzeniu, o czym Rada poinformowała Ministra Skarbu Państwa pismem z 28 stycznia 2016 r.

(akta kontroli, str. 498-529, 1844, 1850-1935)

1.5. W 2015 r. Enea zawarła [...] ²⁸ umowy sponsoringowe o łącznej wartości netto [...] ²⁹, w 2016 r. – [...] ³⁰ umów o wartości netto ogółem [...] ³¹, w I półroczu 2017 r. – [...] ³² umów o wartości netto ogółem [...] ³³. W okresie objętym kontrolą NIK, zostało zawartych w sumie [...] ³⁴ umów sponsoringowych o łącznej wartości netto [...] ³⁵ zł³⁶. W okresie objętym kontrolą wydatki (netto) Enea na działania sponsoringowe wyniosły ogółem [...] ³⁷ zł³⁸.

(akta kontroli, str. 19-22, 608, 617, 633, 1255)

Kontrolą NIK objęto cztery³⁹ umowy sponsoringowe zawarte w latach 2015-2017 (do 30 czerwca) na kwotę netto [...] ⁴⁰ (tj. [...] ⁴¹ wartości umów zawartych w tym okresie), a mianowicie:

- w sprawie sponsoringu [...] ⁴² zorganizowanych w 2016 r.;
- w sprawie sponsoringu [...] ⁴³ zorganizowanych w 2015 r.;
- w sprawie sponsoringu [...] ⁴⁴ z MKS Muszyna S.A. w 2016 r.;
- w sprawie sponsoringu [...] ⁴⁵ od 18 maja 2017 r. do 30 marca 2018 r.

W postanowieniach § 5 ust. 2 pkt a Zasad prowadzenia działań sponsoringowych⁴⁶ i w postanowieniach § 3 ust. 2 pkt a Zasad obowiązujących od 16 maja 2015 r.

²⁷ Zgodnie z postanowieniami pkt 15 Modelu sprawozdanie zarządu, załączone do sprawozdania finansowego zawiera w pkt 2.7. zestawienie kwotowe i podmiotowe z krótkim uzasadnieniem, analizę celowości oraz efektywności zawartych umów sponsoringowych (także umów marketingowych i o podobnym charakterze), określenie beneficjentów pomocy i informację czy rada nadzorcza wyrażała zgodę na takie działanie.

²⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

²⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³⁶ W przedłożonych dla kontroli NIK danych dotyczących zarejestrowanych umów sponsoringowych w latach 2015-2017 ujęto następujące informacje: nr umowy, obszar/kategoria, której umowa dotyczy (w każdym przypadku wpisano „Sponsoring”), wykonawca pełna nazwa, NIP wykonawcy, data zawarcia umowy i uwagi.

³⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³⁸ W tym: w 2015 r. – [...], w 2016 r. – [...] i w I półroczu 2017 r. – [...]. Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

³⁹ Umowę nr CRU/U/1100/9000011800/2015 zawartą 1.12.2015 r. o wartości [...] (netto); umowę nr CRU/U/1100/9000004681/2015 zawartą 19.02.2015 r. o wartości [...] (netto); umowę nr CRU/U/1100/9000012213/2015 zawartą 1.12.2015 r. o wartości [...] (netto); umowę nr CRU/U/1100/9000019687/2017 zawartą 18.05.2017 r. o wartości [...] (netto); były to umowy o [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁴⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁴¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁴² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁴³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁴⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁴⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

ustalono warunki, po spełnieniu których mogą być podjęte działania w obszarze sponsoringu finansowego. Warunki te, to osiągnięcie dodatniego wyniku finansowego i zysku operacyjnego w roku obrotowym poprzedzającym podjęcie działań sponsoringowych oraz posiadanie wolnych środków na rachunku bankowym w dniu podpisania umów na realizację tych działań.

Dwie⁴⁷ z kontrolowanych umów, na podstawie których działania sponsoringowe realizowane były odpowiednio: w 2015 r. i w latach 2017-2018, zostały zawarte po spełnieniu warunku uzyskania zysku operacyjnego i osiągnięcia dodatniego wyniku finansowego w roku poprzednim, tj. odpowiednio w 2014 r. i w 2016 r. Pozostałymi dwiema⁴⁸ umowami zostało powierzone prowadzenie działań sponsoringowych w 2016 r. W roku poprzedzającym te działania (w 2015 r.) Enea osiągnęła zysk operacyjny oraz ujemny wyniki finansowy. Spółka nie udokumentowała faktu posiadania wolnych środków na rachunku bankowym w dniu podpisania kontrolowanych umów sponsoringowych. Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji wyjaśnił, że każdorazowo warunkiem zawarcia umowy sponsoringowej jest pozyskanie opinii finansowej w brzmieniu „zgodne z planem rzeczowo-finansowym”. Ponadto m.in. podał, że opiniowanie finansowe wniosku do zarządu o zgodę na zawarcie umowy sponsoringowej oznacza, że służby finansowe zapoznały się z jego treścią, kwotą jakiej dotyczy i projektem umowy.

(akta kontroli, str. 33, 166, 238, 317-342, 347-380, 385-407, 413-437, 1167)

W kontrolowanych umowach sponsoringowych, zgodnie z Zasadami prowadzenia działań sponsoringowych, zawarte zostały zapisy dotyczące m.in. wstrzymania lub natychmiastowego zaprzestania przez sponsora realizacji umowy sponsoringowej wobec faktu naruszenia prawa w realizacji projektu sponsoringowego lub postanowień umowy sponsoringowej, pogorszenia kondycji finansowej sponsora lub grupy Enea, wystąpienia korupcji, działań uniemożliwiających osiągnięcie zamierzonych celów, siły wyższej, wystąpienia okoliczności, które mogą zaszkodzić reputacji lub wizerunkowi Spółki; okoliczności uprawniające Spółkę do żądania zwrotu świadczeń udzielonych sponsorowanemu; odpowiedzialności sponsorowanego z tytułu niewykonania lub niewłaściwego wykonania umowy sponsoringowej, w tym w postaci obowiązku zapłaty kar umownych; zasad sporządzania sprawozdań z realizacji działań sponsoringowych; zasad rozwiązywania umowy sponsoringowej i rozstrzygania sporów.

Działania sponsoringowe prowadzone na podstawie badanych czterech umów zostały ujęte w Planach promocji, w tym jedno w Planie na 2015 r.⁴⁹, dwa w Planie na 2016 r.⁵⁰ i jedno – w Planie na 2017 r.⁵¹. Umowy sponsoringowe zostały zawarte za zgodą Zarządu Spółki, wyrażoną w formie uchwał. Uchwały te, w każdym przypadku zostały podjęte na wniosek⁵² w sprawie wyrażenia zgody na zawarcie umowy sponsoringu, w którym m.in.: wskazana została podstawa prawna zawarcia umowy, rekomendacje i uzasadnienie dla podjęcia tych działań, wyrażona została pozytywna opinia finansowa o wywoływaniu skutków finansowych dla Spółki i ich wartości, pozytywna ocena formalnoprawna przedmiotowego wniosku, projektu uchwały

⁴⁶ Obowiązujących od 26.11.2013 r. do 16.05.2015 r.

⁴⁷ Umowy nr CRU/U/1100/9000004681/2015 i nr CRU/U/1100/9000019687/2017.

⁴⁸ Umowy nr CRU/U/1100/9000011800/2015 i nr CRU/U/1100/9000012213/2015.

⁴⁹ Załącznika nr 1 do Planu Promocji na 2015 r. poz. 6 Planu prowadzenia działalności sponsoringowej pod nazwą projektu/wydarzenia: [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵⁰ Załącznik nr 1 do Planu Promocji na 2016 r. poz. 1 Planu prowadzenia działalności sponsoringowej pod nazwą projektu/wydarzenia: [...] i poz. 2 Planu pod nazwą: „Gry zespołowe – [...]”. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵¹ Załącznik nr 1 do Planu Promocji na 2017 r. poz. 2 Planu prowadzenia działalności sponsoringowej pod nazwą projektu/wydarzenia: „Sponsoring związku sportowego – [...]”. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵² Wnioskodawcą w przypadku badanych umów był Dyrektor Departamentu Komunikacji Korporacyjnej Enea (trzy wnioski z 2015 r.) i Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji Enea (jeden wniosek z 2017 r.).

Zarządu Spółki i umowy sponsoringowej. Jednym z załączników do dwóch⁵³ wniosków były prognozy efektywności sponsoringu wydarzeń będących przedmiotem kontrolowanych umów sponsoringowych.

(akta kontroli, str. 88, 118, 161, 313-437)

Dla każdego objętego kontrolą NIK działania sponsoringowego sporządzona została prognoza efektywności tych działań przez agencję badawczą⁵⁴. Opracowania te sporządzono przed zawarciem umów sponsoringowych. Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał w wyjaśnieniach, że badanie efektywności zleczone wyspecjalizowanej agencji zewnętrznej przed zawarciem konkretnej umowy jest najbardziej aktualne i miarodajne oraz, że zmierzenie wartości planowanych do realizacji świadczeń podmiotu sponsorowanego na rzecz sponsora, możliwe jest dopiero po wynegocjowaniu szczegółów umowy. Dalej wyjaśnił, że wykonanie takiego badania na etapie przygotowania planu promocji (często na kilka miesięcy przed prognozowanym podpisaniem umowy), nie stanowiłoby w pełni wartościowej analizy w obszarze precyzyjnego badania prognozowanej ekspozycji marki w mediach, wpływu prowadzonej działalności sponsoringowej w aspekcie realizacji z interesariuszami, analizy działań prowadzonych przez bezpośrednią konkurencję itp. Dlatego, na etapie przygotowania planu promocji, badanie efektywności odbywa się na poziomie mniej szczegółowym, w oparciu o zasoby własne i doświadczenia Biura Komunikacji, w Departamencie PR i Komunikacji.

(akta kontroli, str. 438-497, 534-535)

1.6. W Enea, zagadnienia związane z public relations, promocją marki, komunikacją wewnętrzną i kulturą korporacyjną oraz ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR) realizował Departament PR i Komunikacji, którym kierował dyrektor. Według stanu na 26 października 2017 r. zagadnieniami związanymi z: public relations zajmowało się [...] ⁵⁵ pracowników, komunikacją – [...] ⁵⁶, a CSR – [...] ⁵⁷. W Departamencie Sprzedaży zagadnieniami związanymi z marketingiem handlowym zajmowało się siedmiu pracowników. Pomoc i obsługę prawną Spółki wykonywał Pion obsługi prawnej i organów Spółki przy pomocy [...] ⁵⁸ pracowników posiadających ukończoną aplikację radcowską.

(akta kontroli, str. 34, 40-41, 49-51, 55-56)

Według rejestru umów na usługi doradcze zawartych przez Spółkę w latach 2015-2017 (do 30 czerwca) w dniu 9 lutego 2017 r. Enea zawarła [...] ⁵⁹ umów na wsparcie bieżącej obsługi prawnej działalności operacyjnej Spółki i [...] ⁶⁰ umowy na wsparcie bieżącej obsługi prawnej Spółki w zakresie prawa pracy. Umowy obowiązywały do końca 2017 r. Do 30 czerwca 2017 r., z tytułu [...] ⁶¹ wybranych do kontroli umów, Spółka poniosła koszty (netto) w łącznej wysokości [...] ⁶² zł⁶³.

(akta kontroli, str. 27-32, 718-719, 1340-1458)

⁵³ W sprawie zgody na zawarcie umów sponsoringowych nr CRU/U/1100/9000011800/2015 i nr CRU/U/1100/9000012213/2015.

⁵⁴ [...] Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁵⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶³ W tym, z tytułu jednej umowy na bieżącą obsługę prawną działalności operacyjnej w wysokości [...] i dwóch umów na wsparcie obsługi prawnej w zakresie prawa pracy w wysokości [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK. Wykonawcy dwóch umów na obsługę działalności operacyjnej i jednej na obsługę w zakresie prawa pracy nie otrzymali w tym okresie żadnego zlecenia od Enea.

1.7. W latach 2015-2017 (do 30 czerwca)⁶⁴ w Enea obowiązywało:

- [...] ⁶⁵ umów na zakup usług doradczych, w których maksymalne wynagrodzenie netto wynikające z treści umowy wynosiło ogółem [...] ⁶⁷ zł;
- [...] ⁶⁸ umów ramowych na zakup usług doradczych, z tytułu których wypłacone zostało wynagrodzenie netto na kwotę ogółem [...] ⁶⁹ zł;
- [...] ⁷⁰ umowy na usługi doradcze (wartość wynagrodzenia została wyrażona w walucie Euro), w których maksymalne wynagrodzenie netto wynikające z treści umowy wynosiło ogółem [...] ⁷¹ Euro;
- jedna umowa na zakup usług doradczych (nie mieszcząca się w żadnym z ww. rodzajów umów) o wartości netto [...] ⁷² zł;
- [...] ⁷³ umowy ramowe na zakup usług medialnych; wartość wydatków netto w ramach tych umów według stanu na 31 sierpnia 2017 r. wynosiła ogółem [...] ⁷⁴ zł;
- jedna umowa darowizny o wartości 400 tys. zł na rzecz Fundacji Enea (w 2016 r.)⁷⁵.
(akta kontroli, str. 18-19, 23-32b)

Kontrolą NIK objęte zostały trzy⁷⁶ umowy na usługi doradcze na łączną kwotę [...] ⁷⁷ zł, tj.:

- umowa na usługi doradztwa biznesowego, finansowego i prawnego w zakresie przejęcia kontrolnego pakietu akcji spółki;
- umowa na przeprowadzenie audytu prawnego bieżącej działalności Grupy kapitałowej Enea;
- umowa na usługi doradztwa prawnego obejmującego zastępstwo procesowe i doradztwo w zakresie zastępstwa procesowego [...] ⁷⁸.
(akta kontroli, str. 26-32, 1559-1618, 1706-1722, 1767-1783)

Do badań kontrolnych wybrano trzy⁷⁹ umowy na usługi medialne o wartości ogółem [...] ⁸⁰ zł, w tym:

- umowę ramową na usługi mediowe w zakresie: [...] ⁸¹;
- [...] ⁸² umowy ramowe na usługi w obszarze działań ATL i BTL, [...] ⁸³.

⁶⁴ Umowy mecenatu nie były zawierane.

⁶⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶⁶ Bez umów ramowych.

⁶⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁶⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷⁵ W sporządzonych dla NIK zestawieniach dot. darowizn nie została wykazana wartość darowizny poniesiona przez Enea na rzecz Polskiej Fundacji Narodowej, opisanej w pkt 5 niniejszego wystąpienia.

⁷⁶ Umowę nr (bez nr, nie była rejestrowana w rejestrze umów, ze względu na całkowicie poufny charakter) zawartą 1.07.2015 r. o wartości [...] (§ 4 pkt 1 a i b umowy, aspekty biznesowe i finansowe) i z tytułu wykonania prac określonych w załączniku 1 pkt C do umowy (aspekty prawne), [...] zł za 1 godzinę – wynagrodzenie rozliczane stawką godzinową nie zostało wliczone do łącznej kwoty ww. trzech umów na usługi doradcze; umowę nr CRU/U/1100/9000013508/2016 zawartą 25.02.2016 r. na kwotę [...] zł i umowę nr CRU/U/1100/9000017291/2016 zawartą 22.11.2016 r. na kwotę [...] zł. [...] wartości. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁷⁹ Umowę nr CRU/U/1200/9000011242/2015 zawartą 2.11.2015 r. na kwotę [...] zł; umowę nr CRU/U/1100/9000011668/2015 zawartą 30.11.2015 r. na kwotę [...] zł i umowę nr CRU/U/1100/9000011669/2015 zawartą 30.11.2015 r. na kwotę [...] zł; [...] wartości. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁸⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁸¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁸² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁸³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

(akta kontroli, str. 996-1056)

1.8. W Spółce, zasady udzielania zamówień i realizacji zakupów zostały uregulowane w Regulaminie udzielania zamówień przez Enea⁸⁴, a zasady zawierania i realizacji umów w Regulaminie zawierania i realizacji umów w Enea⁸⁵. Zakup usług medialnych przez Spółkę odbywa się za pośrednictwem domu mediowego wybranego w przeprowadzonym postępowaniu, na podstawie Regulaminu. Ponadto, jak wynika z wyjaśnień Dyrektora Departamentu PR i Komunikacji, usługi medialne związane z działaniami public relations są kupowane bezpośrednio u wydawców w ramach umów partnerskich; zakupy te wyłączone są spod Regulaminu i stosuje się do nich Zasady prowadzenia działań PR w Grupie Enea, zatwierdzone uchwałą Zarządu Enea.

(akta kontroli, str. 702-714, 839-995, 2083-2112)

Uwagi dotyczące kontrolowanej działalności

Warunkiem zawarcia umowy sponsoringowej jest posiadanie wolnych środków na rachunku bieżącym w dniu podpisania tych umów (§ 3 ust. 2 pkt a Zasad prowadzenia działań sponsoringowych w Grupie Enea, wydanie 2). NIK wskazuje na to, że uzyskanie pozytywnej opinii finansowej o zgodności projektu sponsoringowego z planem rzeczowo-finansowym nie jest dowodem spełnienia przytoczonego warunku, bowiem opinia ta dotyczy wniosku do Zarządu Enea o wyrażenie zgody na zawarcie umowy. W przypadku kontrolowanych umów sponsoringowych, od daty zgody Zarządu Enea na ich zawarcie, do dnia, w którym umowy te zawarto, upłynęło od 9 do 28 dni. Stąd, opinia finansowa, na którą powołał się w swoich wyjaśnieniach Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji, nie jest potwierdzeniem posiadania wolnych środków na rachunku bieżącym w dniu zawarcia kontrolowanych umów sponsoringowych.

(akta kontroli, str. 166, 316-317, 346-347, 384-385, 412-413, 1167)

Ustalone nieprawidłowości

W przedstawionym wyżej zakresie działalności kontrolowanej jednostki stwierdzono następujące nieprawidłowości:

1) Plany prowadzenia działalności sponsoringowej przez Enea na 2015 r., 2016 r. i 2017 r. zostały sporządzone z naruszeniem Zasad prowadzenia działań sponsoringowych, obowiązujących w okresie opracowywania tych planów⁸⁶, jak również (dot. Planu na 2017 r.) regulacji zawartych w cz. III pkt 1 Dobrych praktyk. W żadnym z tych planów nie zaprezentowano działań sponsoringowych wraz z przewidywanymi efektami z ich realizacji. Według przytoczonych wyżej wyjaśnień Dyrektora Departamentu PR i Komunikacji, prognozy efektywności sponsoringu wykonuje się nie na etapie tworzenia planu, ale przed zawarciem konkretnej umowy sponsoringowej.

(akta kontroli, str. 88, 118, 161, 196, 279, 533-535)

2) Dwa spośród kontrolowanych działań sponsoringowych dotyczących sponsoringu sportu profesjonalnego (tj. Małopolskiego Klubu Siatkówki Muszyna i Polskiego Związku Towarzystw Wioślarskich) zostały umieszczone w Planie działań sponsoringowych Enea, odpowiednio na 2016 r. i na 2017 r. pomimo, że zarząd Enea

⁸⁴ W latach objętych kontrolą NIK obowiązywał Regulamin udzielania zamówień zatwierdzony uchwałą Zarządu Spółki z 1.04.2014 r. (dalej Regulamin z 2014 r.) z późniejszymi zmianami, następnie Regulamin zatwierdzony uchwałą Zarządu Spółki z 11.05.2016 r. oraz Regulamin zatwierdzony uchwałą Zarządu Spółki z 16.08.2016 r.

⁸⁵ Zatwierdzony uchwałą nr 22/2006 Zarządu Enea z dnia 11.01.2006 r., zmieniony uchwałami Zarządu Enea nr 185/2011 z 21.03.2011 r. nr 522/2013 z 5.11.2013 r., nr 136/2014 z 15.04.2014 r. i nr 253/2014 z 22.07.2014 r.

⁸⁶ W postanowieniach § 11 ust. 8 Zasad (wydanie 1) obowiązujących dla Planu na 2015 r. oraz w postanowieniach § 5 ust. 5 Zasad (wydanie 2) obowiązujących dla Planu na 2016 r. i 2017 r. ustalono, że Plan powinien zawierać m.in. projekcję przewidywanych efektów. W Zasadach (wydanie 3) w § 5 ust. 6 postanowiono, że plan sponsoringowy powinien zawierać m.in. przewidywany poziom efektywności i sposób jego oceny dla każdego projektu sponsoringowego.

nie dysponował profesjonalną prognozą efektywności⁸⁷, uwzględniającą analizę rynku medialnego, o której mowa w § 4 ust. 3 Metodologii, stanowiącej załącznik do Zasad⁸⁸. Zgodnie z regulacjami w cz. IV pkt 1 Dobrych Praktyk, odnoszącymi się do tworzenia Planu na 2017 r., warunkiem wsparcia w ramach działań sponsoringowych sportu profesjonalnego jest wskazanie przez zarząd rzeczywistych i wymiernych korzyści wynikających z partycypowania w finansowaniu tych działań. Było to koniecznym warunkiem umieszczenia takiego projektu w Planie prowadzenia działalności sponsoringowej na 2017 r. i zaakceptowania go przez radę nadzorczą.

(akta kontroli, str. 454-497)

Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał w wyjaśnieniach w powyższej sprawie, że badanie efektywności sponsoringowej każdorazowo zlecane jest przed zawarciem konkretnej umowy sponsoringowej; wówczas takie badanie jest najbardziej aktualne i miarodajne. Ponadto wyjaśnił, że wykonanie takiego badania na etapie tworzenia planu nie stanowiłoby w pełni wartościowej analizy w obszarze precyzyjnego badania prognozowanej ekspozycji marki w mediach, wpływu prowadzonej działalności sponsoringowej w aspekcie relacji z interesariuszami, analizy działań prowadzonych przez bezpośrednią konkurencję etc.

(akta kontroli, str. 1274)

3) Dwie⁸⁹ kontrolowane umowy sponsoringowe na łączną kwotę netto [...]zł⁹⁰, dotyczące działań realizowanych w 2016 r., zostały zawarte przez Spółkę pomimo niespełnienia jednego z warunków ustalonych w postanowieniach § 3 ust. 2 pkt a Zasad prowadzenia działań sponsoringowych (wydanie 2)⁹². Warunkiem determinującym prowadzenie działań sponsoringowych było m.in. osiągnięcie dodatniego wyniku finansowego w roku poprzedzającym realizację tych działań, podczas gdy Spółka za 2015 r. osiągnęła ujemny wynik finansowy⁹³. W wyjaśnieniach w tej sprawie Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał, że: „každorazowo warunkiem zawarcia umowy sponsoringowej jest pozyskanie opinii finansowej zgodnie z planem rzeczowo-finansowym”, nie wskazując przyczyn i okoliczności zawarcia dwóch umów sponsoringowych pomimo, że nie został spełniony warunek osiągnięcia dodatniego wyniku finansowego, w roku poprzedzającym realizację działań sponsoringowych zleconych tymi umowami.

(akta kontroli, str. 33, 166, 238, 347, 385)

Ocena
cząstkowa

Spółka opracowała i wdrożyła wewnętrzne procedury prowadzenia działalności sponsoringowej, udzielania zamówień oraz zawierania i realizacji umów. Wydatki na działalność sponsoringową, Spółka dokonywała w ramach kwot zaplanowanych w Planach prowadzenia tej działalności, które zostały przyjęte przez jej Zarząd i pozytywnie zaopiniowane przez Radę Nadzorczą Enea. Jednakże Plany te sporządzono z naruszeniem Zasad i uregulowań zawartych w Dobrych praktykach w ten sposób, że nie zaprezentowano w nich przewidywanych efektów z realizacji

⁸⁷ Prognozowana analiza efektywności dla sponsoringu MKS Muszynianka, ujętego w Planie na 2016 r. przyjętym 29.09.2015 r., została sporządzona 2.11.2015 r., a dla sponsoringu Polskiego Związku Towarzystw Wioślarskich, ujętego w Planie na 2017 r. przyjętym 6.12.2016 r., została sporządzona 19.04.2017 r.

⁸⁸ W Metodologii, stanowiącej załącznik do Zasad (wydanie 3), w § 4 ust. 3 postanowiono, że warunkiem koniecznym ujęcia w planie sponsoringowym projektu z obszaru sportu profesjonalnego (...) jest wskazanie wymiernych korzyści z zaangażowania w ten projekt, w oparciu o profesjonalnie przygotowaną prognozę efektywności, uwzględniającą analizę rynku medialnego.

⁸⁹ Umowy nr CRU/U/1100/9000011800/2015 i nr CRU/U/1100/9000012213/2015 zawarte 1.12.2015 r.

⁹⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁹¹ W takiej wysokości Enea poniosła wydatki z tytułu realizacji tych dwóch umów.

⁹² W Zasadach (wydanie 3) w § 3 ust. 2 postanowiono, że działania w obszarze sponsoringu mogą być podjęte przez Spółkę wyłącznie, gdy w roku obrotowym poprzedzającym podjęcie takich działań Spółka odnotowała zysk operacyjny, a w dniu podpisania stosownych umów sponsoringowych posiadała wolne środki na rachunku bankowym.

⁹³ Wynoszący 1 085,9 tys. zł (brutto).

zaplanowanych działań sponsoringowych. Ponadto w Planach na 2016 r. i na 2017 r. zostały zamieszczone działania dotyczące sponsoringu sportu profesjonalnego pomimo, że Zarząd Enea nie dysponował profesjonalną prognozą efektywności, uwzględniającą analizę rynku medialnego. Dwie spośród czterech kontrolowanych umów sponsoringowych, o wartości [...] ⁹⁴ zł zostały zawarte, pomimo niespełnienia warunku dla ich zawarcia, polegającego na osiągnięciu przez Spółkę dodatniego wyniku finansowego w roku poprzedzającym realizację tych działań.

2. Mierzenie efektów działalności sponsoringowej oraz zakupu usług medialnych i doradczych

Opis stanu
faktycznego

2.1. Procedury dokonywania oceny efektów działań sponsoringowych zostały ustalone przez Spółkę w dokumencie pkt; „Metodologia badawcza doboru, planowania, analizowania i raportowania efektywności działań sponsoringowych”. Narzędziami pomiaru efektywności projektów sponsoringowych ustalonymi w Metodologii były: [...] ⁹⁵.

Załącznikami do Metodologii były: formularz propozycji sponsoringowej (zał. Nr 1), który składają podmioty zainteresowane współpracą ze Spółką, dotyczącą projektów sponsoringowych; arkusz sprawozdawczy (zał. Nr 2) składany do Spółki przez sponsorowanego w terminach zdefiniowanych w umowie sponsoringowej; arkusz planowania projektu sponsoringowego powyżej 15 tys. zł i arkusz planowania projektu sponsoringowego do 15 tys. zł (zał. Nr 3).

(akta kontroli, str. 246-272)

W każdej z kontrolowanych umów sponsoringowych sponsorowany został zobowiązany do przekazania, w formie elektronicznej, częściowych arkuszy sprawozdawczych wraz z materiałem zdjęciowym oraz końcowego arkusza sprawozdawczego wraz z materiałem zdjęciowym, według wzoru stanowiącego załącznik do umowy lub wzoru przekazanego przez sponsora, w ustalonym w umowie terminie.

Realizacja trzech kontrolowanych umów została zakończona, a jedna obowiązuje do 30 marca 2018 r. Sponsorowani, zgodnie z ustaleniami w umowach sponsoringowych, złożyli sprawozdania końcowe (w przypadku umów zrealizowanych) i sprawozdanie częściowe (w przypadku umowy będącej w trakcie realizacji) na arkuszach sprawozdawczych zgodnych z ustalonymi wzorami.

(akta kontroli, str. 318, 328, 347, 357, 385-393, 413, 424-425, 635-663)

Enea przedłożyła dla dwóch kontrolowanych umów sponsoringowych ⁹⁶ raporty z badań efektywności, przeprowadzonych przez wyspecjalizowane jednostki badawcze. [...] ⁹⁷. Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał w wyjaśnieniach, że nie dysponuje oceną efektywności dla projektu [...] ⁹⁸ za rok 2015 ⁹⁹ oraz, że została ona zlecona przez osoby nie będące obecnie pracownikami Spółki, dlatego dostęp do dokumentu jest utrudniony.

(akta kontroli, str. 535, 537-544, 1275-1322)

⁹⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁹⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁹⁶ Dla umowy nr CRU/U/1100/9000011800/2015 zawartej 1.12.2015 r. raport został sporządzony 5.10.2016 r. przez [...]; dla umowy nr CRU/U/1100/9000012213/2015 zawartej 1.12.2015 r. raport został sporządzony 13.02.2017 r. przez [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁹⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁹⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

⁹⁹ Wyniki tej oceny zostały przedstawione w Raporcie z realizacji planu promocji w 2015 r.; ocena ta wynikała z badania efektywności projektów sponsoringowych przeprowadzonego przez [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

2.2. W Enea nie zostały ustalone procedury badania efektywności zakupu usług medialnych i usług doradczych. Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał w wyjaśnieniach, że raporty efektywności działań dla Enea sporządza dom mediowy, za pośrednictwem którego dokonano zakupu usług medialnych¹⁰⁰.

(akta kontroli, str. 702, 1167-1170, 1850, 1951-2076)

2.3. W piśmie z 28 stycznia 2016 r. skierowanym do Departamentu Spółek Strategicznych Ministerstwa Skarbu Państwa, przewodnicząca Rady Nadzorczej Enea informowała, że Zarząd Enea przedstawił Radzie Nadzorczej Spółki wykaz wydatków poniesionych w latach 2013-2015 na reklamę w mediach publicznych i prywatnych, sponsoring, działalność kulturalną oraz działalność społeczną i charytatywną oraz informacje dotyczące procedur wewnętrznych związanych z realizacją wymienionych działań. W podsumowaniu poinformowano Ministra, że Rada Nadzorcza po zapoznaniu się z przekazanymi danymi nie stwierdziła nieprawidłowości w realizowanych działaniach¹⁰¹.

(akta kontroli, str. 1934-1935)

W piśmie¹⁰² z 1 kwietnia 2016 r. przesłanym do Ministra Energii, Przewodnicząca Rady Nadzorczej Spółki poinformowała, że po zapoznaniu się z przedłożonymi przez Zarząd Enea materiałami i informacjami nt. wydatków na działania z zakresu consultingu PR oraz usług marketingowych Grupy Kapitałowej Enea w latach 2013-2016, Rada Nadzorcza nie stwierdziła nieprawidłowości w realizowanych działaniach.

(akta kontroli, str. 2126-2133)

Ustalone
nieprawidłowości

W przedstawionej wyżej działalności kontrolowanej jednostki nie stwierdzono nieprawidłowości.

Ocena
częstkowa

Spółka opracowała i wdrożyła procedurę dokonywania oceny efektów prowadzonych działań sponsoringowych, zawierającą metodologię doboru, planowania, analizowania i raportowania efektywności działań sponsoringowych. Sponsorowani składali Spółce raporty częściowe i końcowe z realizacji działań sponsorowanych przez Enea.

3. Osiągnięcie celów działalności sponsoringowej oraz wydatkowanie środków na zakup usług medialnych i doradczych

Opis stanu
faktycznego

3.1. Raporty z realizacji planu promocji na 2015 r. i na 2016 r., zgodnie z postanowieniami § 9 ust. 1 lit. c Zasad prowadzenia działań sponsoringowych (wydanie 2), zostały opracowane, zatwierdzone przez Zarząd Enea i zaopiniowane pozytywnie przez Radę Nadzorczą Spółki .

(akta kontroli, str. 587-634)

W Raporcie z realizacji planu promocji na 2015 r. podano m.in., że:

- wartość medialna osiągnięta dla marki Enea w wyniku sponsoringu [...] ¹⁰³ wyniosła [...] ¹⁰⁴ zł¹⁰⁵ oraz, że był to najlepiej rozpoznawalny projekt (22,9% wskazań

¹⁰⁰ Jak wynika z wyjaśnień Dyrektora Departamentu PR i Komunikacji, po zakończeniu każdej kampanii sporządzany jest raport podsumowujący jej wyniki tzw. raport post buy, który jest szczegółowo analizowany i na jego podstawie dokonywane jest rozliczenie kampanii w poszczególnych kanałach. Z przedłożonego przykładowego raportu z kampanii w TV i Internecie wynikało, że wskaźniki dla TV i Internetu zostały osiągnięte na poziomie wyższym od wartości zakładanych.

¹⁰¹ Informacja ta była odpowiedzią na pismo Departamentu Spółek Kluczowych Ministerstwa Skarbu Państwa z 4 stycznia 2016 r., w którym zwrócono się do reprezentantów Skarbu Państwa o dokonanie analizy przedmiotowych wydatków.

¹⁰² Informacja ta była odpowiedzią na pismo Departamentu Spółek Kluczowych Ministerstwa Skarbu Państwa z 15 stycznia 2016 r., w którym zwrócono się do reprezentantów Skarbu Państwa o dokonanie analizy przedmiotowych wydatków.

¹⁰³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁰⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

w badaniu). W prognozie efektywności dla tego działania szacowana możliwa do osiągnięcia wartość wynosiła [...]106 zł, a współczynnik zwrotu wyniósł [...]107;
- wartość medialna osiągnięta dla marki Enea w wyniku sponsoringu [...]108109 wyniosła [...]110 zł, ekwiwalent reklamowy wyniósł [...]111. W prognozie efektywności dla tych działań sponsoringowych oszacowany możliwy do osiągnięcia poziom efektywności dla marki Enea został ustalony na kwotę [...]112 zł, a współczynnik zwrotu wyniósł [...]113.

W Raporcie z realizacji planu promocji na 2016 r. podano m.in., że:

- wartość medialna dla marki Enea uzyskana ze sponsoringu [...]114 wyniosła [...]115 zł, a współczynnik zwrotu wyniósł [...]116117; w prognozie efektywności sponsoringu dla tego projektu szacunkowa wartość możliwa do osiągnięcia została ustalona w wysokości [...]118 zł, a współczynnik zwrotu oszacowano na poziomie [...]119;

- wartość medialna dla marki Enea uzyskana ze sponsoringu [...]120 wyniosła [...]121 zł, a współczynnik zwrotu wyniósł [...]122123; w prognozie efektywności sponsoringu dla tego projektu szacunkowa możliwa do osiągnięcia wartość została ustalona w wysokości [...]124 zł, a współczynnik zwrotu został oszacowany na poziomie [...]125.

(akta kontroli, str. 443, 453, 459, 544, 598-599, 622-623, 1316, 1328, 1335)

Dyrektor Pionu Obsługi Prawnej i Organów Spółki, w sprawie osiągnięcia niższego poziomu efektywności od prognozowanego ze sponsoringu w 2016 r. [...]126 podał, że prognoza agencji zewnętrznej nie uwzględnia wszystkich istotnych czynników oraz korzyści np. wizerunkowych, płynących z zaangażowania w konkretny projekt. Dokonawszy oceny zrealizowanych świadczeń oraz osiągniętego współczynnika zwrotu uznano zrealizowany projekt za efektywny. [...]127.

(akta kontroli, str. 1851)

3.2. Z tytułu trzech kontrolowanych umów na usługi medialne Enea poniosła wydatki w wysokości ogółem [...]128 zł (netto). Realizacja jednej z tych umów została już zakończona (termin jej obowiązywania upłynął 2 maja 2017 r.), a wydatki

¹⁰⁵ W analizie efektywności sponsoringu [...] sporządzonej 29.01.2016 r. ustalono, że wartość mediowa wyniosła [...] zł, a współczynnik zwrotu 2,66; projekt ten został objęty kontrolą NIK zgodnie z założeniami kontroli, że należy przeanalizować raporty dotyczące co najmniej czterech zbadanych przedsięwzięć sponsoringowych; jeżeli zbadane umowy jeszcze obowiązują, należy zbadać raporty innych przedsięwzięć, sporządzone w okresie objętym kontrolą. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK

¹⁰⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁰⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁰⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁰⁹ Według wyjaśnień Dyrektora Departamentu PR i Komunikacji, Enea nie dysponowała raportem z badania efektywności sponsoringu dla tego działania.

¹¹⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹⁷ W analizie efektywności sponsoringu [...] sporządzonej 5.10.2016 r. wartość mediowa była ustalona na poziomie [...], a współczynnik zwrotu wynosił [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹¹⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²³ W analizie efektywności sponsoringu [...] sporządzonej 13.02.2017 r. podana została efektywność projektu na poziomie [...] zł, a współczynnik zwrotu wyniósł [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹²⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

poniesione na jej realizację wyniosły ogółem [...] ¹²⁹ zł (netto), z zaplanowanych w umowie w wysokości [...] ¹³⁰ zł. Dwie pozostałe umowy obowiązywały do 31 grudnia 2017 r. Ustalona w tych umowach wartość netto wynagrodzenia wyniosła w każdej po [...] ¹³¹ zł. Do 31 sierpnia 2017 r. z tytułu tych umów wypłacone zostało wynagrodzenie w wysokości odpowiednio [...] ¹³² zł i [...] ¹³³ zł. Wykonawcy trzech kontrolowanych umów wystawili faktury ¹³⁴ zgodnie z ustalonymi w umowach warunkami podając w nich m.in. numer zamówienia, nazwę komórki zamawiającej, dane osoby zlecającej, oznaczenie dokumentu – raportu, które Enea uregulowała w wysokości i terminie w nich wskazanym.

(akta kontroli, str. 19, 758-818, 996-1056)

3.3. Z trzech kontrolowanych umów na świadczenie usług doradczych, zakończona została realizacja dwóch. Termin realizacji jednej (dotyczącej przeprowadzenia audytu prawnego bieżącej działalności Grupy Kapitałowej Enea) za zgodą Zarządu Enea, został przesunięty z 25 marca 2016 r. ¹³⁵ na 18 kwietnia 2016 r. ¹³⁶. Wynikało to z potrzeby poszerzenia formuły badania o etap omówienia wstępnych raportów z osobami dysponującymi odpowiednią wiedzą ze strony Spółki oraz wykonania dodatkowych, nieprzewidzianych umową czynności (w tym przygotowania podsumowania zarządczego dla Rady Nadzorczej Enea). Wykonawca dostarczył w terminie wynikającym z aneksu do umowy ostateczne rezultaty prac, które zostały protokolarnie odebrane. Z tytułu realizacji umowy Enea poniosła wydatki netto, zgodnie z umową, w wysokości [...] ¹³⁷ zł.

Rezultaty prac prowadzonych w ramach umowy dotyczącej przejścia kontrolnego pakietu akcji zostały dostarczone Spółce i protokolarnie odebrane. Za wykonanie usług doradztwa biznesowego i finansowego Spółka zapłaciła ogółem [...] ¹³⁸ zł. Za zgodą Zarządu Enea, przedmiotowa umowa została zawarta bez wskazania górnego limitu zobowiązania finansowego w zakresie doradztwa prawnego ¹³⁹. Za usługi doradztwa prawnego realizowane w ramach tej umowy Enea poniosła wydatki netto w wysokości ogółem [...] ¹⁴⁰ zł. W sumie, z tytułu tej umowy, Enea poniosła wydatki netto na kwotę [...] ¹⁴¹ zł.

W trakcie realizacji (do 31 marca 2018 r. lub wyczerpania kwoty określonej w umowie na [...] ¹⁴² zł) była trzecia z umów - na świadczenie usług doradztwa prawnego obejmującego zastępstwo procesowe i doradztwo w zakresie zastępstwa procesowego, dotyczących [...] ¹⁴³. Usługi doradztwa rozliczane były według stawki godzinowej na podstawie przekazywanych przez wykonawcę miesięcznych rozliczeń. Rozliczenia te były weryfikowane w Spółce pod kątem zgodności zastosowanych stawek godzinowych za poszczególne czynności z zapisami umowy oraz zasadności fakturowania poszczególnych czynności wykazanych przez wykonawcę ¹⁴⁴.

(akta kontroli, str. 819-827, 1459-1528, 1544-1558, 1713, 1757, 1784-1808, 2078-2079)

¹²⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³⁴ Ustalenia na podstawie losowo wybranych do kontroli trzech faktur (po jednej wystawionej przez każdego z wykonawców za jeden miesiąc) na łączną kwotę [...]. Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³⁵ Termin wykonania całości przedmiotu umowy wg zapisów umowy z dnia 25 lutego 2016 r.

¹³⁶ Termin dostarczenia Zamawiającemu ostatecznych rezultatów prac z aneksu nr 1 do umowy z dnia 14 kwietnia 2016 r.

¹³⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹³⁹ Odstąpiono od stosowania § 3 ust. 3 Regulaminu zawierania i realizacji umów w Enea S.A.

¹⁴⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴⁴ Sprawdzone na przykładzie zestawienia czynności wykonanych przez kancelarię w styczniu 2017 r.

Ustalono
nieprawidłowości

Ocena
częstkowa

W przedstawionej wyżej działalności kontrolowanej jednostki nie stwierdzono nieprawidłowości.

Zrealizowane działania sponsoringowe Spółka poddawała badaniu efektywności przez wyspecjalizowane agencje badawcze. Według wyników tych badań zrealizowane cztery działania sponsoringowe (objęte kontrolą NIK) były efektywne. Efekty prowadzonego sponsoringu Spółka prezentowała w Raportach rocznych z realizacji Planów promocji, które zatwierdził Zarząd Enea i zaopiniowała pozytywnie Rada Nadzorcza Spółki. Na zakupione usługi medialne i doradcze Spółka poniosła wydatki na warunkach ustalonych w umowach.

4. Gospodarność wydawania pieniędzy na działalność sponsoringową, zakup usług medialnych i doradczych

Opis stanu
faktycznego

4.1. Enea nie dokonywała szacowania efektywności działań sponsoringowych przed ujęciem ich w planie prowadzenia działalności sponsoringowej na dany rok lecz przed zawarciem umów sponsoringowych. Ustalenia w tej sprawie zostały opisane w pkt 1.5. niniejszego wystąpienia pokontrolnego.

4.2. We wnioskach do Zarządu Enea, o wyrażenie zgody na zawarcie kontrolowanych umów sponsoringowych nie została przedstawiona kalkulacja szacunkowej wartości, jakiej dotyczy wnioski. W umowach, wysokość wynagrodzenia za ich realizację (niżej omówione) była ustalona w wysokości wartości szacunkowej wskazanej w przedmiotowych wnioskach do Zarządu Spółki. Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji wyjaśnił, że punktem wyjścia dla oszacowania wartości tych umów była oferta przesłana przez wnioskodawcę, na podstawie której analizowana była adekwatność proponowanych świadczeń w zamian za określoną kwotę zaangażowania. Finalna kwota oraz świadczenia ustalone w drodze negocjacji, będące częścią umowy, są efektem szacowania wartości umowy i nie przyjmują one formy odrębnego dokumentu.

(akta kontroli, str. 313-315, 343-345, 381-383, 408-411, 1949)

4.3. W umowie sponsoringu [...] ¹⁴⁵ w Polsce w 2015 r. zostało ustalone wynagrodzenie dla sponsorowanego w wysokości netto [...] ¹⁴⁶ zł, które Enea przekazała w [...] ¹⁴⁷. W umowie sponsoringu [...] ¹⁴⁸ w Polsce w 2016 r. wynagrodzenie dla sponsorowanego zostało ustalone w wysokości netto [...] ¹⁴⁹ zł i Enea przekazała je [...] ¹⁵⁰. W umowie sponsoringu MKS Muszyna w 2016 r. wynagrodzenie dla sponsorowanego zostało ustalone w wysokości netto [...] ¹⁵¹ zł i Enea przekazała je [...] ¹⁵².

Płatności zostały zrealizowane [...] ¹⁵³. Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji podał w wyjaśnieniach, że poszczególne transze płatności realizowane są po zaakceptowaniu raportów częściowych i końcowego, co odbywa się drogą elektroniczną, w formie e-mail. Takie akceptacje były przekazywane podmiotom w związku z realizacją umów sponsoringowych.

Na podstawie umowy sponsoringu Polskiego Związku Towarzystw Wioślarskich, do dnia 30 czerwca 2017 r. Enea przelała pierwszą transzę w wysokości [...] ¹⁵⁴ zł (netto

¹⁴⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁴⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

[...] ¹⁵⁵ zł), zgodnie z warunkami ustalonymi w umowie. Wysokość wynagrodzenia netto za realizację umowy wynosiła [...] ¹⁵⁶ zł.

(akta kontroli, str. 327, 356, 423, 668-695, 1951)

4.4. Wartość zamówienia na wybór domu mediowego została oszacowana na kwotę [...] ¹⁵⁷ zł. Według zapisów we wniosku do Zarządu Enea o wyrażenie zgody na uruchomienie postępowania na udzielenie zamówienia w przedmiocie wyboru domu mediowego, szacowanie wartości zamówienia przeprowadzono na podstawie aktualnie obowiązujących cen i analizy kosztów dla całej Grupy w poszczególnych obszarach poniesionych w 2014 r. oraz na podstawie planów działań na rok 2015 i 2016.

(akta kontroli, str. 1059)

Szacunkowa wartość dwóch zamówień na wybór agencji wspierających Enea w obszarze ATL i BTL, po [...] ¹⁵⁸ zł każde, według wniosku do Zarządu Enea o wyrażenie zgody na uruchomienie tych postępowań została ustalona na podstawie danych historycznych, analizy kosztów działań w obszarze ATL i BTL zrealizowanych w roku 2014, wskazujących na wysokość cen, jakie Biuro Marketingu Handlowego i Departament Komunikacji Korporacyjnej płaciły wykonawcom tego typu usługi oraz planowanych działań Biura i Departamentu w tych obszarach w latach 2016-2017.

(akta kontroli, str. 1086-1087)

4.5. Dla oszacowania wartości umowy na usługi doradztwa biznesowego, finansowego i prawnego w zakresie przejęcia kontrolnego pakietu akcji, stanowiącej kontynuację i rozszerzenie wcześniej prowadzonych prac z tym samym wykonawcą, przyjęto metodę ekspercką, bazującą na doświadczeniu zdobytym w ramach realizacji innych podobnych projektów w Grupie Kapitałowej Enea. Dokument szacowania wartości przedmiotu umowy na łączną kwotę [...] ¹⁵⁹ zł załączony został do wniosku do Zarządu Enea o wyrażenie zgody na zawarcie umowy. W wyniku przeprowadzonych negocjacji przyjęto, że maksymalne wynagrodzenie wykonawcy nie przekroczy kwoty [...] ¹⁶⁰ zł netto. W trakcie realizacji umowy Zarząd Enea wyraził zgodę na przekroczenie kwoty maksymalnego wynagrodzenia wykonawcy i ustalił jej wysokość na kwotę [...] ¹⁶¹ zł netto ¹⁶².

(akta kontroli, str. 1759, 1762, 1783)

We wniosku do Zarządu Enea o wyrażenie zgody na zawarcie umowy na zastępstwo procesowe i doradztwo prawne w zakresie zastępstwa procesowego (a następnie w zawartej umowie) wskazano założenia kosztu obsługi prawnej spraw procesowych objętych umową oraz w celu kontroli tych kosztów - maksymalną kwotę wynagrodzenia przewidzianego dla wykonawcy w wysokości [...] ¹⁶³ zł netto. Usługi doradztwa prawnego wykonywane na podstawie tej umowy rozliczane były według stawek godzinowych, zgodnych z ofertą złożoną przez wykonawcę.

(akta kontroli, str. 975, 1704-1705, 1724-1756)

We wniosku o wyrażenie zgody na uruchomienie postępowania na udzielenie zamówienia na usługę audytu prawnego bieżącej działalności Grupy Kapitałowej

¹⁵⁵ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵⁸ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁵⁹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁶⁰ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁶¹ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁶² Dla kontroli NIK nie przedłożono aneksu nr 1 do umowy z dnia 1 lipca 2015 r. zawartego 3 września 2015 r. oraz uchwały Zarządu Enea S.A. nr 301/2015 z dnia 3 listopada 2015 r. w sprawie wyrażenia zgody na przekroczenie kwoty maksymalnego wynagrodzenia wykonawcy. Informacje w tym zakresie zostały powzięte z wyjaśnień opatrzonych datą 19 stycznia 2018 r., dostarczonych kontrolującym w dniu 23 stycznia 2018 r.

¹⁶³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

Enea wskazano, że na etapie składania tego wniosku nie było możliwości dokładnego oszacowania wartości zamówienia. Na podstawie praktyk rynkowych oszacowano, że wstępny koszt tego typu usługi nie powinien przekroczyć [...]¹⁶⁴ zł netto. Do wniosku nie załączono dokumentu szacowania wartości zamówienia.

(akta kontroli, str. 847, 862, 1531, 1695-1701)

4.6. Trzy postępowania, w tym w sprawie wyboru domu mediowego, agencji wspierających Enea w obszarze ATL i BTL oraz wykonania audytu prawnego bieżącej działalności Grupy Kapitałowej Enea, przeprowadzone zostały na zasadach ustalonych w Regulaminie z 2014 r. Wykonawcy zostali wybrani w postępowaniach przeprowadzonych w trybie zamkniętym. Oferty wybranych wykonawców zostały najwyżej ocenione przez komisje przetargowe. Na przeprowadzenie postępowań zgodę w każdym przypadku wyraził Zarząd Enea, podejmując w tej sprawie uchwałę. Z przeprowadzonych postępowań komisja przetargowa sporządziła protokoły, które zatwierdzili Dyrektorzy Departamentów, posiadający stosowne umocowania m.in. do wykonywania czynności kierownika zamawiającego, udzielone im przez Zarząd Enea.

(akta kontroli, str. 1057-1151, 1617-1702, 2083-2112)

Wybór dwóch wykonawców usług doradczych dokonany został bez zastosowania przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych¹⁶⁵ oraz obowiązującego Regulaminu udzielania zamówień.

W przypadku umowy na zastępstwo procesowe i doradztwo w zakresie zastępstwa procesowego, uzasadnieniem dla takiego postępowania był przedmiot tej umowy (zgodnie z art. 4 pkt 3 lit. ea ustawy PZP oraz § 3 ust. 1 lit. h Regulaminu udzielania zamówień przez Enea, obowiązującego od dnia 17 sierpnia 2016 r.).

(akta kontroli, str. 1723-1756, 939)

Od stosowania Regulaminu z 2014 r. przy wyborze wykonawcy usługi doradztwa biznesowego, finansowego i prawnego w zakresie przejęcia kontrolnego pakietu akcji odstąpiono na podstawie uchwały Zarządu Enea wyrażającej zgodę na udzielenie zamówienia z odstąpieniem od stosowania trybów udzielenia zamówienia przewidzianych tym Regulaminem (zgodnie z § 3 ust. 5 Regulaminu z 2014 r.).

(akta kontroli, str. 1760-1782, 2086)

4.7. W kontrolowanych umowach sponsoringowych zawarte zostały zapisy zabezpieczające interesy Enea w przypadku nienależytego wykonania przedmiotu umowy, w tym dotyczące m.in.:

[...] ¹⁶⁶.

(akta kontroli, str. 332-333, 361-362, 398-399, 428-429)

W umowach na usługi medialne zostały zawarte zapisy zabezpieczające interesy Enea w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania tych umów poprzez [...] ¹⁶⁷.

(akta kontroli, str. 1007-1008, 1025, 1043-1044)

W trzech badanych umowach na usługi doradcze zabezpieczono interesy Spółki w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu umowy m.in. poprzez uwzględnienie w nich kar umownych, prawa do dochodzenia odszkodowań przewyższających kary umowne, prawa odstąpienia od umowy. Umowy te również zabezpieczały prawo Spółki do przeniesienia własności praw autorskich rezultatów prac, czy opracowań powstałych w związku z wykonaniem umowy.

(akta kontroli, str. 1559-1618, 1706-1722, 1767-1783)

¹⁶⁴ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁶⁵ T.j. Dz.U. z 2017 r., poz.1579, dalej: PZP.

¹⁶⁶ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁶⁷ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

W przedstawionej wyżej działalności kontrolowanej jednostki stwierdzono następujące nieprawidłowości:

Z naruszeniem postanowień § 6 ust. 8 pkt b, obowiązującego wówczas Regulaminu z 2014 r., do wniosków o wyrażenie zgody przez Zarząd Enea na uruchomienie dwóch postępowań w sprawie wyboru wykonawców usług medialnych (tj. domu mediowego i agencji wspierających Enea w obszarze ATL i BTL), na uruchomienie postępowania na wybór wykonawcy audytu prawnego bieżącej działalności Grupy Kapitałowej Enea oraz wniosków z 2015 r. o wyrażenie zgody na zawarcie trzech¹⁶⁸ umów sponsoringowych nie zostały załączone dokumenty szacowania wartości zamówienia, o których mowa w § 4 ust. 7 Regulaminu z 2014 r.¹⁶⁹

(akta kontroli, str. 313-315, 343-345, 381-384, 1057-1069, 1084-1127, 1695-1702, 2093)

Dyrektor PR i Komunikacji, w wyjaśnieniach w powyższej sprawie nie przedłożył dokumentów szacowania wartości dla zamówień na usługi medialne. Przedłożył natomiast wnioski o uruchomienie tych postępowań, w których zapisy dotyczące szacunkowej wartości zamówienia zostały opisane w pkt. 4.4. niniejszego wystąpienia. Przedmiotowe wnioski o uruchomienie postępowań, stanowiły załączniki do wniosków do Zarządu Enea o wyrażenie zgody na uruchomienie postępowań i nie zawierały kalkulacji szacunkowej wartości zamówienia, przyjętej w przedmiotowych wnioskach.

W sprawie niesporządzenia dokumentów szacowania wartości dla trzech zleconych działań sponsoringowych Dyrektor Departamentu PR i Komunikacji wyjaśnił, że w myśl zapisów Regulaminu udzielania zamówień (§ 4 ust. 1 lit. b¹⁷⁰) „Zasady prowadzenia działań sponsoringowych w Grupie Enea” stanowią odrębną procedurę ich udzielania, do której nie stosuje się Regulaminu. W ocenie NIK, wyjaśnienia te nie zasługują na uwzględnienie. Wnioski o wyrażenie zgody przez Zarząd Enea zostały sporządzone w 2015 r., a więc w okresie obowiązywania Regulaminu z 2014 r., w zapisach którego (w § 3 ust. 6) postanowiono, że nie ma on zastosowania dla zamówień udzielanych w oparciu o odrębne szczegółowe procedury. Jednakże, zgodnie z treścią tego Regulaminu, powyższe nie zwalnia z wymogu określonego w § 7 ust. 4 Regulaminu, tj. m.in. z „szacowania wartości zamówienia zgodnie z postanowieniami Regulaminu”.

(akta kontroli, str. 901-907, 1165-1166, 1171-1178, 1695-1702, 1949, 2086-2088)

Dyrektor Pionu Obsługi Prawnej i Organów Spółki Departamentu Zarządzania Operacyjnego, w wyjaśnieniach złożonych w sprawie braku dokumentu szacowania wartości zamówienia na przeprowadzenie audytu prawnego potwierdził, że w dokumentacji brak jest pisemnych materiałów związanych z szacowaniem wartości powyższego wynagrodzenia. Dalej podał, że nie można wykluczyć, iż materiały takie gromadzone były w wersji elektronicznej.

(akta kontroli, str. 1939-1942)

Ocena
częstkowa

Wyboru trzech wykonawców usług medialnych i jednego wykonawcy usług doradczych dokonano w trybie konkurencyjnym, zgodnie z Regulaminem z 2014 r. Spółka nie przestrzegала jednak uregulowań tego Regulaminu, dotyczących obowiązku sporządzania dokumentu szacowania wartości zamówienia. Brak tych dokumentów uniemożliwia ocenę rzetelności i staranności przyjętych szacunkowych wartości zamówień. Spółka we wszystkich umowach z wykonawcami zawierała

¹⁶⁸ Dotyczy wniosku z 5.02.2015 r. (sponsoring [...] w 2015 r.), wniosku z 29.10.2015 r. (sponsoring [...] w 2016 r.) i wniosku z 29.10.2015 r. (sponsoring MKS Muszyna). Usunięto na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁶⁹ W obowiązującym od 17.08.2016 r. Regulaminie udzielania zamówień przez Enea obowiązek załączania do wniosku dokumentu szacowania zamówienia został ustalony w § 4 ust. 4 pkt a i § 10 ust. 3 pkt b.

¹⁷⁰ Taki zapis obowiązuje w regulaminie udzielania zamówień przez Enea obowiązującym od 11 maja 2016 r.

postanowienia zabezpieczające jej interesy w przypadku nienależytego wykonania umowy.

5. Działania związane z ustanowieniem Fundacji „Polska Fundacja Narodowa”

Opis stanu
faktycznego

5.1. W piśmie z 9 czerwca 2016 r. skierowanym przez Ministra Skarbu Państwa do Prezesa Enea Minister zaprosił go do włączenia się w projekt powołania Fundacji, której głównymi celami będą: promocja i ochrona wizerunku Rzeczypospolitej Polskiej oraz polskiej gospodarki, inspirowanie oraz współtworzenie warunków do budowy wartości i rozwoju spółek z udziałem Skarbu Państwa oraz polskiej przedsiębiorczości, promocja spółek z udziałem Skarbu Państwa i polskiej przedsiębiorczości, kształtowanie pozytywnego odbioru społecznego inwestycji prowadzonych przez spółki z udziałem Skarbu Państwa oraz wspieranie działań budujących dobre praktyki rynkowe. Jak wynika z zapisów w piśmie, w załączeniu przedłożony został tekst Listu intencyjnego, mającego powołać Fundację oraz proponowana treść Statutu Fundacji.

(akta kontroli, str. 721-722)

5.2. Zarząd Enea w uchwale¹⁷¹ nr 190/2016 z dnia 12 lipca 2016 r. wyraził zgodę na zawarcie Listu intencyjnego pomiędzy Enea i 14 spółkami akcyjnymi, o treści stanowiącej załącznik nr 1 do uchwały. [...]¹⁷².

(akta kontroli, str. 729-730)

W dniu 16 sierpnia 2016 r. Zarząd Enea podjął [...]¹⁷³ uchwałę nr 218/2016 w sprawie wystąpienia do Rady Nadzorczej Enea z wnioskiem o wyrażenie zgody na współustanowienie Fundacji.

(akta kontroli, str. 738)

W uchwale nr 50/IX/2016 Rady Nadzorczej Enea podjętej w wyniku głosowania, które odbyło się 18 sierpnia 2016 r., wyrażona została zgoda na współustanowienie przez Enea Fundacji „Polska Fundacja Narodowa”. [...]. W uzasadnieniu do podjętej uchwały podano, że w dniu 13 lipca 2016 r. Zarząd Enea podpisał wraz z 16 sygnatariuszami list intencyjny w sprawie podjęcia rozmów w przedmiocie wspólnego ustanowienia Fundacji do czego niezbędna jest zgoda Rady Nadzorczej Enea.

(akta kontroli, str. 739)

5.3. Wysokość wpłaty na fundusz Fundacji i pierwszej wpłaty rocznej po 7 mln zł każda, została określona dla Enea odpowiednio w § 4 ust. 1 pkt 1.2. i w § 4 ust. 2 pkt 2.1. Statutu Fundacji; termin wniesienia opłaty na fundusz założycielski został ustalony na do 30 grudnia 2016 r, a wniesienia pierwszej opłaty rocznej na działalność statutową Fundacji do 30 stycznia 2017 r. Spółka, w dniu 6 kwietnia 2017 r., przełała na rachunek Fundacji łącznie 14 mln zł, z tego jeden przelew na kwotę 7 mln. zł dotyczył wpłaty na fundusz założycielski, a drugi na taką samą kwotę dotyczył rocznej opłaty na działalność statutową Fundacji. Dyrektor Departamentu Zarządzania Operacyjnego Enea wyjaśnił, że terminy dla tych wpłat warunkowane były uzyskaniem od zarządu Fundacji oświadczenia w sprawie potwierdzenia numeru rachunku bankowego, na który miały być przebrane te środki. Dalej podał, że w tej sprawie kilkakrotnie kontaktowano się telefonicznie i elektronicznie z członkiem zarządu Fundacji i przedłożył korespondencję mailową prowadzoną w tej sprawie. Oświadczenie członków zarządu Fundacji, w którym wskazany został numer rachunku bankowego dla dokonania przedmiotowych wpłat wpłynęło do Enea 30 marca 2017 r.

¹⁷¹ W sprawie zawarcia Listu intencyjnego przez Enea S.A. dotyczącego podjęcia rozmów w przedmiocie wspólnego ustanowienia Fundacji.

¹⁷² Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

¹⁷³ Na podstawie 11 ust. 4 ustawy o ZNK.

(akta kontroli, str. 740-741, 745-746, 1152-1157)

Dyrektor Departamentu Zarządzania Operacyjnego podał w wyjaśnieniach, że Spółka skorzystała z prawa powołania jednego członka Fundacji. Ponadto podał, że w zasobach Departamentu Zarządzania Operacyjnego, włączając w to Pion Obsługi Prawnej i Organów Spółki Enea oraz Biuro Obsługi Spółki, nie istnieją dokumenty, które pozwalałyby na ustalenie genezy powstania Fundacji oraz zakresu zainteresowania władz Spółki bieżącą działalnością Fundacji.

(akta kontroli, str. 720-721, 725-726)

Ustalone
nieprawidłowości

W przedstawionej wyżej działalności kontrolowanej jednostki nie stwierdzono nieprawidłowości.

IV. Wnioski

Wnioski
pokontrolne

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi wynikające z ustaleń kontroli, Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 53 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli¹⁷⁴, wnosi o podjęcie działań w celu zapewnienia:

- 1) sporządzanie dokumentu szacowania wartości zamówienia, wymaganego w obowiązujących procedurach w sprawie udzielania zamówień w Spółce,
- 2) przestrzeganie warunków prowadzenia działalności sponsoringowych ustalonych w obowiązujących Zasadach prowadzenia działań sponsoringowych przez Enea (tj. odnotowania dodatniego zysku operacyjnego w roku obrotowym poprzedzającym podjęcie działań sponsoringowych oraz posiadania wolnych środków na rachunku bankowym w dniu podpisania umowy),
- 3) sporządzanie planów sponsoringowych zawierających m.in. przewidywany poziom efektywności dla każdego projektu sponsoringowego,
- 4) ujmowanie w planie działań sponsoringowych Enea projektów z obszaru sportu profesjonalnego, pod warunkiem wskazania wymiernych korzyści z zaangażowania w ten projekt, w oparciu o profesjonalnie przygotowaną prognozę efektywności.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

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

Zgodnie z art. 54 ustawy z 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli 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 jednostki organizacyjnej Najwyższej Izby Kontroli.

Obowiązek
poinformowania
NIK o sposobie
wykorzystania
uwag i wykonania
wniosków

Zgodnie z art. 62 ustawy o NIK, proszę o poinformowanie Najwyższej Izby Kontroli, w terminie 21 dni od otrzymania wystąpienia pokontrolnego, o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków pokontrolnych oraz o podjętych działaniach lub przyczynach niepodjęcia tych działań.

¹⁷⁴ Dz. U. z 2017 r. poz. 524.

W przypadku zgłoszenia zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, termin przedstawienia informacji liczy się od dnia otrzymania uchwały o oddaleniu zastrzeżeń w całości lub zmienionego wystąpienia pokontrolnego.

Poznań, dnia 15 lutego 2018 r.

Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Poznaniu

Kontroler

Dyrektor

Joanna Józwiak
Główny specjalista kontroli państwowej

Andrzej Aleksandrowicz