

## Pytania i odpowiedzi dotyczące Konkursu dotacji na działania informacyjne Funduszy Europejskich (edycja 2016)

**1. Chcieliśmy się upewnić odnośnie wysokości dotacji przyznanej na projekty telewizyjne. Czy w kwocie 1 500 000 zł znajduje się kwota 400 000 zł na *product placement* w serialach i 400 000 zł na Dni Otwarte? Czy są to oddzielne pozycje 1 500 000 zł, 400 000 zł, 400 000 zł i dotyczą złożenia 3 oddzielnych wniosków?**

Kwota dofinansowania 1 500 000 zł nie jest maksymalną przewidzianą na projekty wybierane w linii tematycznej „Projekty telewizyjne”. Poszczególne poziomy dofinansowana w tej linii tematycznej dotyczą osobnych typów projektów.

W konkursie można zostać dofinansowany więcej niż jeden projekt telewizyjny lub projekt *product placement*. Jedynie w przypadku projektu promującego akcję Dni Otwarte Funduszy Europejskich przewidziano realizację maksymalnie jednego projektu.

**2. Czy pula środków finansowych przeznaczona na realizację projektów internetowych – 900 000 PLN, to pula maksymalna dla wszystkich Wnioskodawców, czy dla jednego Wnioskodawcy?**

Kwota dofinansowania 900 000 zł nie jest maksymalną przewidzianą na wszystkie projekty wybierane w linii tematycznej „Projekty internetowe”. Jest to maksymalna kwota przewidziana dla pojedynczego projektu. W konkursie można zostać dofinansowany więcej niż jeden projekt internetowy.

**3. Jakie badania oglądalności należy wziąć pod uwagę chcąc estymować poziom oglądalności? Czy mogą być to dane dotyczące oglądalności programów o podobnej tematyce, emitowanych w zbliżonym paśmie wybranego kanału telewizyjnego lub innych programów zrealizowanych przez Wnioskodawcę?**

Oszacowania poziomu oglądalności **należy dokonać** w oparciu o dane oglądalności z analogicznego dnia i pasma emisji w danej stacji **w analogicznym okresie roku ubiegłego**. Należy przy tym urealnić planowany poziom oglądalności audycji realizowanych w ramach projektu, biorąc pod uwagę tendencje na rynku telewizyjnym oraz okresowe wahania poziomów oglądalności. Tak, aby założony we wniosku poziom oglądalności audycji mógł zostać osiągnięty w projekcie.

Estymacja poziomu oglądalności powinna być przeprowadzona w oparciu o dane z wiarygodnych badań oglądalności, np. z niezależnego ośrodka badawczego.

**4. Czy wątki poświęcone Funduszom Europejskim mogą być umieszczone w serialach lub programach śniadaniowych, w których są równolegle lokowane produkty / marki innych podmiotów?**

Tak, przy czym należy zadbać o to, aby komunikaty dotyczące lokowanych produktów / marek innych podmiotów nie miały charakteru konkurencyjnego względem komunikatów o Funduszach Europejskich, bądź nie miały negatywnego wpływu na ich wizerunek.

**5. Czy jako wersję elektroniczną wniosku należy dołączyć podpisany skan wniosku czy wypełniony formularz wniosku tożsamy z wersją papierową?**

Elektroniczna wersja wniosku powinna obejmować: formularz wniosku, szczegółowy kosztorys projektu oraz załączniki istotne z punktu widzenia oceny merytorycznej i budżetowej wniosku (m.in. media plany, scenariusze, próbki materiałów oraz gwarancje emisji, listy intencyjne, umowy partnerskie, itp.). Wersja elektroniczna wniosku oraz załączników do niego może mieć postać plików w formacie edytowalnym (MS Word, Excel, Open Office) lub nieedytowalnym (PDF, JPG, TIFF itp.), przy czym wersja elektroniczna powinna być zgodna z wersją papierową. Oznacza, to że do dokumentacji nie musi być dołączony skan wniosku, ale wypełniony formularz wniosku tożsamy z wersją papierową.

## **6. Jakie potwierdzenie kwalifikacji musi mieć ekspert ds. Funduszy Europejskich?**

Nie ma ściśle określonych wymagań formalnych w stosunku do kwalifikacji ekspertów ds. Funduszy Europejskich. Osoba współpracująca w charakterze eksperta musi posiadać odpowiednią wiedzę i doświadczenie, aby wspierać merytorycznie zespół projektowy, w celu przygotowania poprawnych i rzetelnych materiałów informacyjnych nt. Funduszy Europejskich.

Zgodnie z pkt 4.1 Regulaminu konkursu „w celu uzyskania wysokiego merytorycznego poziomu materiałów przygotowanych w ramach projektów zgłaszanych w Konkursie Wnioskodawca musi zaangażować do stałej (bieżącej) pracy przy realizacji projektu co najmniej 1 eksperta ds. Funduszy Europejskich, który będzie odpowiadał za:

1. wyszukiwanie oraz proponowanie tematów/ informacji/ przykładów dofinansowanych projektów, adekwatnych do grupy docelowej projektu,
2. weryfikację materiałów pod kątem poprawności merytorycznej przedstawianych informacji nt. Funduszy Europejskich,
3. weryfikację pod względem prawidłowości realizacji projektów dofinansowanych z UE prezentowanych przez Wnioskodawcę w materiałach,
4. wsparcie twórców materiałów w celu jak najlepszej realizacji zgłaszanych do konkursu projektów”.

Równocześnie należy podkreślić, że doświadczenie, wiedza oraz sposób zaangażowania eksperta będzie przedmiotem oceny wniosku. Dlatego Wnioskodawca powinien przedstawić we wniosku rzetelne informacje nt. eksperta.

## **7. Czy o dotację może ubiegać się organizacja pozarządowa, wydająca tytuł prasowy, w której statucie określone są jeszcze inne zakresy działalności gospodarczej (którą organizacja prowadzi)?**

Tak. Organizacja pozarządowa może ubiegać się o dotację pod warunkiem, że jest wydawcą tytułu prasowego (wydaje tytuł prasowy). Pozostałe zapisy statutowe dotyczące innych form działalności nie wykluczają z udziału w konkursie.

## **8. Projekty prasowe zgłaszane do Konkursu muszą być kolportowane na terenie minimum 4 województw. Czy gazeta musi obejmować zasięgiem teren całego województwa? Czy wystarczy, że kolportowana jest na części jego terytorium?**

Zgodnie z pkt 7.2. Regulaminu konkursu: Projekty prasowe zgłaszane do Konkursu muszą spełniać jeden z poniższych warunków dotyczących zasięgu, to jest muszą osiągnąć:

- 1) zasięg ponadregionalny tj. publikacje / tytuły prasowe w formie papierowej muszą być kolportowane na terenie minimum 4 województw lub,
- 2) zasięg na poziomie co najmniej 50 tys. egzemplarzy (określony na podstawie średniego nakładu jednorazowego danego tytułu / tytułów). Średni nakład jednorazowy danego tytułu stanowi sumę nakładów wszystkich wydań tytułu prasowego z października 2015 r. podzieloną przez liczbę wydań tego tytułu w tym okresie.

Gazeta może być kolportowana na części terytorium każdego z co najmniej 4 województw w których jest realizowany projekt. Przy czym zgodnie z Regulaminem konkursu wnioski będą analizowane i oceniane przez Komisję Konkursową zgodnie z kryteriami określonymi w Karcie Oceny Projektu m.in. **pod kątem zasięgu**, atrakcyjności oraz efektywności kosztowej.

## **9. Dotyczy: linia tematyczna „projekty internetowe”. Jak rozumiana jest aktualizacja materiałów w przypadku projektów internetowych? Czy aktualizacja jest liczona w dniach czy jako liczba wrzuconych materiałów / artykułów / reklam?**

Aktualizacja rozumiana jest jako dodanie nowego merytorycznego materiału np. artykułu sponsorowanego. Jednocześnie zwracamy uwagę, iż zgodnie z Regulaminem konkursu projekty internetowe powinny uwzględniać regularną aktualizację zawartości serwisu co najmniej raz w tygodniu.

## **10. Czy projekcie muszą zostać uwzględnione wszystkie wskazane w Regulaminie konkursu kategorie grup docelowych (określonych w pkt II Regulaminu)?**

Nie. Dotacjobiorca powinien kierować swoje działania przede wszystkim do grupy / grup odbiorców danego medium, w którym realizowany jest projekt (w zależności od profilu i struktury odbiorców danego medium).

**11. W regulaminie znajduje się informacja iż w przypadku realizacji projektów internetowych: Dopuszcza się realizację jedynie projektów o charakterze informacyjnym i edukacyjnym (poradnikowym). Projekty muszą:**

- 1) by realizowane na portalu o tematyce ogólnoinformacyjnej o zasięgu nie mniejszym niż 7 000 000 użytkowników miesięcznie dla witryn/portali

**Pytanie dotyczy: jak należy rozumieć zasięg 7 mln użytkowników? Czy chodzi to liczbę tzw. unikalnych użytkowników czy może liczbę wyświetleń? Ponadto dane pokazywane w tym panelu dotyczą grupy witryn, a nie pojedynczych portali – jak to należy rozumieć?**

Wymóg zasięgowy na poziomie 7 000 000 odnosi się do liczby internautów / użytkowników (nie do liczby wyświetleń) i dotyczy portali dostępnych pod domenami zgodnie z rankingiem najpopularniejszych domen wg badania Megapanel PBI/Gemius za listopad 2015 r. przedstawionym w tabeli „Top20 domen, z których korzysta najczęściej internautów”.

Ponadto zgodnie z pkt 6.4 Regulaminu projekty internetowe muszą uwzględniać promocję na podstronach portalu i, w razie potrzeby, na innych stronach internetowych należących do tej samej grupy mediowej (np. biznesowej), o ile zapewni to efektywniejsze dotarcie do grup docelowych wskazanych w pkt 2.2. Mogą również uwzględniać publikację treści w innych sekcjach portalu niż serwis sponsorowany dedykowany Funduszom w zależności od ich tematyki, np. publikowanie materiału o dofinansowaniu dla firm w sekcji biznesowej. Poszczególne sekcje portalu nie muszą wówczas spełniać wymogu zasięgu na poziomie 7 000 000 użytkowników miesięcznie, o ile są częścią portalu, który spełnia to kryterium.

**12. Jestem na etapie przygotowywania kosztorysu do nowego projektu i mam pytanie: czy możemy wpisać do projektu X debat redakcyjnych z przewidywanym kosztem X zł i z każdej będzie relacja 1-stronicowa w tytule prasowym oraz czy możemy zorganizować X konferencji w regionach dla przedsiębiorców z kosztem X zł. Z nich też byłyby relacje po stronie.**

Zgodnie z pkt. 6.3 Regulaminu w linii prasowej dopuszcza się realizację projektów polegającej na opracowaniu i emisji publikacji w grzbiecie głównym danego drukowanego tytułu prasowego, w cyklicznych dodatkach do danego tytułu lub poświęcenie w całości wybranego wydania stałego lub cyklicznego dodatku nt. Funduszy Europejskich. Dopuszczalna jest realizacja jedynie projektów o charakterze informacyjnym i edukacyjnym.

Jednocześnie podczas oceny merytorycznej projektów (zgodnie z kryteriami znajdującymi się w Karcie Oceny Projektu, stanowiącej załącznik do Regulaminu) premiowane będą projekty m.in. uzupełnione o dodatkowe działania edukacyjne dla czytelników, odpowiadające ich potrzebom oraz profilowi projektu.

Ocena, czy proponowane w projekcie debaty redakcyjne wpisują się w te założenia, zostanie dokonana indywidualnie przez Komisję Konkursową w ww. Karcie Oceny.

**13. Co oznacza stwierdzenie, że projekty realizowane w Konkursie mają mieć charakter informacyjny i edukacyjny (poradnikowy)?**

Zgodnie z pkt I Regulaminu celem Konkursu jest informowanie odbiorców na temat możliwości wsparcia finansowego z Funduszy Europejskich dostępnych na lata 2014-2020. Projekty realizowane w konkursie dotacji nie mogą służyć stricte promocji projektów unijnych dofinansowanych w latach 2007-2013. Prezentacja osób lub projektów realizowanych ze środków dostępnych w latach 2007-2013 może mieć charakter wyłącznie uzupełniający, może służyć jedynie jako przykład historii sukcesu lub przykład dobrych praktyk i jako taka stanowić punkt wyjścia do pokazania możliwości sięgnięcia po unijne środki w obecnej perspektywie.

Jednocześnie wyjątek od tej zasady stanowi projekt telewizyjny w całości dedykowany promocji akcji „Dni Otwarte Funduszy Europejskich” (pkt. 6.1 Regulaminu).

**14. Czy jako eksperta ds. Funduszy musimy zatrudnić kogoś z zewnątrz?**

Nie, zgodnie z pkt 4.1 Regulaminu ekspertem może być także osoba zatrudniona u Wnioskodawcy (ekspert wewnętrzny). Należy jednak pamiętać, że doświadczenie eksperta i sposób jego

zaangażowania w realizację projektu jest przedmiotem oceny merytorycznej wniosku, zgodnie z Kartą Oceny Projektu.

**15. Radio XYZ jest rozgłośnią diecezji XYZ, stąd pytanie czy może składać wniosek, gdyż jest agendą diecezji. Posiada NIP REGON i swoją księgowość, ale nie posiada KRS-u. Kto zatem może być wnioskodawcą, radio czy diecezja?**

Zgodnie z pkt 9.1 Regulaminu o dotację ubiegać się mogą wyłącznie podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako m.in. publiczni lub komercyjni nadawcy radiowi lub podmioty zarządzające czasem antenowym w stacjach radiowych (tzw. biura reklamy nadawców radiowych).

Radio XYZ prowadząc działalność statutową jako nadawca radiowy może wnioskować o dotację w konkursie.

**16. Nasza stacja wg koncesji KRRiT ma ok XYZ tysięcy odbiorców w zasięgu. Nadajemy na terenie 3 województw: (...). W regulaminie jest podany wymóg 4 województw. Czy zatem można ten wymóg spełnić biorąc do współpracy dodatkowe np. Radio XYZ jako Partnera?**

Tak.

**17. Jakie są wymogi eksperta ds. Funduszy Europejskich? Czy jedna czy więcej osób może być „głosem wiodącym” w audycjach projektu?**

Ekspert ds. Funduszy Europejskich może prowadzić audycje lub brać w nich udział.

Należy mieć wzgląd na pkt 4.2. Regulaminu konkursu, zgodnie z którym: *„W przypadku ekspertów ds. Funduszy Europejskich, prowadzących komercyjną działalność doradczą w zakresie pozyskiwania środków europejskich, nie dopuszcza się autopromocji tejże działalności w ramach projektów realizowanych w Konkursie”.*

**18. Czy koordynatorem projektu może być pracownik radia? Czy jego praca może być wliczona w koszty kwalifikowane wkładu własnego? Jaka jest kwota zatrudnienia za godzinę osób pracujących przy projekcie?**

Koordynatorem projektu może być pracownik Wnioskodawcy. Jego wynagrodzenie może być kosztem kwalifikowanym i może być ponoszone zarówno z wkładu własnego, jak i z dotacji. Regulamin konkursu nie definiuje progów i stawek wynagrodzenia osób zatrudnionych do realizacji projektu. Zależą one od specyfiki projektu i powinny odpowiadać realiom rynkowym.

Należy również pamiętać, że poszczególne pozycje w budżecie projektu podlegają ocenie budżetowej (zgodnie z Kartą Oceny Projektu). Komisja Konkursowa może także zaproponować niższą kwotę dofinansowania niż wnioskowana, m.in. w przypadku zidentyfikowania kosztów zawyżonych w porównaniu ze stawkami rynkowymi.

**19. Mam pytanie do ogłoszonego konkursu, dotyczy części internetowej: Czy o dotację może się ubiegać portal o tematyce ogólnoinformacyjnej o liczbie użytkowników nie mniejszej niż 7 mln unikalnych użytkowników wg badania Gemius Traffic a nie tak jak podano w Regulaminie Konkursu wg badania Megapanel PBI/Gemius ?**

Podstawę do szacowania liczby użytkowników portalu ubiegającego się o dotację stanowi wyłącznie badanie dotyczące Internetu według rankingu najpopularniejszych domen badania Megapanel PBI/Gemius za listopad 2015 r., internauci w wieku 7+

**20. Proszę o informacje czy ramach konkursu dotacji na działania informacyjne dotyczące FE, możliwe jest uzyskanie wsparcia na publikację prasową – w której to oprócz ogłoszenia o danym Programie Operacyjnym będzie również podana informacja o utworzonej / dedykowanej infolinii – z bezpłatnym udzielaniem informacji o tym programie. W ramach tej infolinii wydatkiem kwalifikowanym było by tylko wynagrodzenie eksperta (zaplecze techniczne, zapewniałby Wnioskodawca z własnych środków).**

Z uwagi na fakt, że w całej Polsce działa sieć 77 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich, w której można uzyskać bezpłatne informacje nt. programów operacyjnych (usługi sieci muszą być obligatoryjnie promowane w projektach realizowanych w konkursie dotacji), tworzenie dodatkowej, stałej infolinii telefonicznej z dyżurującym ekspertem nie jest działaniem uzasadnionym.

Umożliwienie kontaktu telefonicznego DLA czytelników / widzów / słuchaczy jest dopuszczone jedynie w uzasadnionych przypadkach np. dyżuru eksperckiego po audycji poświęconej konkretnemu sektorowemu tematowi, czy też możliwości zgłaszania redakcji propozycji tematów czy też uwag.

**21. Mam pytanie, czy w projektach realizowanych w partnerstwie rozliczenia między partnerem i liderem projektu następują na podstawie faktur wystawianych liderowi przez partnera za zadania wykonane w ramach projektu?**

Partnerem projektu jest podmiot, który wspólnie z Wnioskodawcą realizuje dany projekt, zgodnie z zakresem wskazanym we wniosku oraz w porozumieniu z Wnioskodawcą.

Partner ponosząc wydatki związane z realizacją projektu dokumentuje je na takich samych zasadach jak Wnioskodawca. Następnie Wnioskodawca – lider projektu – weryfikuje te wydatki pod kątem zgodności z projektem i przedstawia dokumenty finansowe w sprawozdaniu końcowym.

**Niedopuszczalny jest zakup świadczeń przez Wnioskodawcę od Partnera, na takich samych zasadach jak od Wykonawców zewnętrznych.**

**22. Termin składania wniosków upływa 9 marca, a do której godziny musi wpłynąć wniosek?**

Zgodnie z pkt 11.2.3 Regulaminu za datę złożenia wniosku uznana będzie **data wpływu** wniosku do Kancelarii Głównej Ministerstwa Rozwoju. Kancelaria pracuje w godzinach od 8.15 do 16.15.

**23. Zgodnie z Regulaminem „Projekty internetowe muszą być realizowane na portalu o tematyce ogólnoinformacyjnej o zasięgu nie mniejszym niż 7 mln użytkowników miesięcznie”. Czy dopuszczacie dywersyfikację realizacji projektu w oparciu o więcej niż 1 portal lub serwisy tematyczne należące do tej samej grupy kapitałowej?**

Patrz pytanie 11.

**24. Projekty internetowe muszą: „Uwzględniać cykliczną lub stałą obecność na stronie głównej...” Co oznacza „stała obecność” ? Czy minimalny okres wynoszący 120 dni oznacza, że obecność banerów reklamowych musi być 24h na dobę, czy też dopuszcza się rotacyjność z innymi reklamami (innymi reklamodawców) ?**

Stać obecność oznacza obecność 24 godziny na dobę, niezależnie od rodzaju formy reklamowej na stronie głównej.

**Pytania zadane podczas spotkania informacyjnego (25 lutego 2016 r.):**

**25. Czy mogę prosić o definicję „biura reklamy”?**

Regulamin Konkursu nie definiuje statusu biura reklamy. Chodzi o podmioty lub jednostki organizacyjne powiązane z wydawcami lub nadawcami, a nie niezależne agencje reklamowe. Równocześnie ze względu na realia rynkowe i różnorodność rodzajów powiązań między wydawcami / nadawcami a biurami reklamy, każdy przypadek oceniany jest indywidualnie.

**26. Jaki dokument jest dla Państwa potwierdzeniem, że dany podmiot jest biurem reklamy? Nie jest to ujęte w Regulaminie konkursu?**

Patrz pytanie 25.

**27. Regulamin konkursu przewiduje dostosowanie projektów konkursowych dla osób z niepełnosprawnościami, w tym materiałów video emitowanych na portalach internetowych. Jak miałyby to wyglądać w stosunku do transmitowanych na żywo webinarów uzupełniających projekt prasowy?**

Regulamin konkursu (pkt 5) przewiduje wymóg dostosowania jedynie **wybranych** materiałów video emitowanych na portalach internetowych. Dotyczy to materiałów, w których istnieje techniczna możliwość dostosowania oraz będą reemitowane i adresowane także do osób z niepełnosprawnościami. Kwestia dostosowania materiałów na potrzeby osób z niepełnosprawnościami będzie uzgadniana indywidualnie z każdym Wnioskodawcą na etapie podpisywania umowy.

**28. Czy ze względu na ponadregionalny lub ogólnopolski zasięg projektów dofinansowanych w konkursie powinniśmy prezentować tylko krajowe programy operacyjne?**

Nie. Projekty realizowane w ramach konkursu muszą wykorzystywać podejście horyzontalne, przekrojowe i tematyczne, a zatem powinny uwzględniać tematykę wsparcia dostępnego w ramach krajowych oraz w regionalnych programów operacyjnych.

**29. Co jeśli Wnioskodawca jest wydawcą kilku tytułów prasowych? Czy lepiej zgłosić jeden projekt, uwzględniający publikacje we wszystkich łącznie, czy kilka mniejszych realizowanych osobno w poszczególnych tytułach?**

W konkursie każdy wniosek jest oceniany pod kątem efektywności zasięgowej oraz rezultatów. W tym kryterium wyżej będą oceniane projekty kompleksowe (budujące duży zasięg).

**30. Dotyczy linii projekty prasowe: jak rozumieć kryterium zasięgowe w przypadku realizacji projektu z Partnerami? Czy nakłady wszystkich tytułów muszą wtedy sumować się do 50 000?**

Tak, nakłady kilku tytułów mogą być sumowane.

**31. Jaki procent całości dotacji stanowić będą poszczególne transze?**

Wysokość transz ustalana będzie indywidualnie na etapie podpisywania umowy o dofinansowanie. Maksymalnie 80% stanowić będą łącznie transze zaliczkowe, tj. transza I, II, III, a minimalnie 20% - czwarta, refundacyjna transza.

**32. Jesteśmy nadawcą telewizyjnym. Czy jeżeli nadajemy w różnych miastach Polski, na terenie kilku województw, to spełniamy kryterium ponadregionalności projektu?**

Zgodnie z pkt. 7.1 Regulaminu projekty muszą docierać do odbiorców z terenu min. 4 województw. Nie oznacza to, że muszą obejmować swoim zasięgiem całość terytorium tych województw. W przypadku projektów telewizyjnych należy jednak pamiętać o dodatkowych wymogach dotyczących średniej oglądalności audycji premierowych określonych w Regulaminie konkursu.

**33. Czy na etapie składania wniosku musimy mieć już podpisaną umowę z ekspertem ds. Funduszy Europejskich? Czy musimy go zatrudnić na podstawie umowy o pracę czy umowy cywilnoprawnej?**

Nie ma wymogu, by ekspert był zatrudniony na etapie składania wniosku. Regulamin nakłada wymóg zaangażowania eksperta ds. Funduszy Europejskich do pracy przy realizacji projektu. Sposób i forma zatrudnienia eksperta zależy od uzgodnień z Wnioskodawcą.

**34. Jaka formę ma przybrać gwarancja emisji?**

Regulamin konkursu nie precyzuje formy, jaką powinna przybrać gwarancja emisji. Może mieć ona postać, np. listu intencyjnego. Na etapie składania wniosku można także zgodnie z pkt 11.1.3 Regulaminu dołączyć oświadczenie o dostarczeniu gwarancji w terminie 30 dni od daty złożenia wniosku o dofinansowanie.

**35. Chcemy rozszerzyć zasięg naszego projektu, aby spełnić kryterium zasięgowe dotyczące projektów prasowych. Czy powinniśmy tak łączyć tytuły prasowe, by docierać do czytelników z 4 województw, czy żeby połączone nakłady przekraczały 50 000?**

Oba rozwiązania pozwalają spełnić wymóg pkt 7.2 Regulaminu.

**36. Czy koszty wniesienia gwarancji bankowej są kwalifikowalne?**

Nie, Wnioskodawca musi ponieść je we własnym zakresie. Dostępne są natomiast inne formy wniesienia zabezpieczenia prawidłowej realizacji umowy, w tym bezpłatna forma: weksel *in blanco*.

**37. Dotyczy projektów internetowych: jak powinna wyglądać obecność na stronie głównej portalu? Czy może mieć formę np. reklamy displayowej?**

Tak, obecność na stronie głównej może mieć formę reklamy displayowej. Należy jednak pamiętać, że projekty internetowe powinny wykorzystywać w działaniach promocyjnych przede wszystkim inne narzędzia niż standardowe formaty reklamowe, np. materiały lub zakładki sponsorowane itd.

**38. Dotyczy projektów prasowych: podaliście Państwo w Regulaminie warunki dotyczące nakładu tytułów prasowych, a co ze wskaźnikiem czytelnictwa? Czy będzie on brany pod uwagę?**

Zgodnie z pkt 7.2 Regulaminu warunkiem dotyczącym zasięgu projektów jest wyłącznie nakład, a nie poziom czytelnictwa. Wskaźnik czytelnictwa podany we wniosku może być brany pod uwagę w ocenie efektywności zasięgowej, w ramach oceny merytorycznej projektu.

**39. Jak określić, kto może być ekspertem ds. Funduszy Europejskich?**

Patrz pytanie 6.

**40. Z czego wynika tak długi okres, w jakim może być przeprowadzona kontrola już zrealizowanego projektu?**

Okres, w jakim Ministerstwo może przeprowadzić kontrolę, wynika w dużym stopniu z zasad wydatkowania i kontroli środków europejskich. Należy jednak pamiętać, że kontrolę wydatkowania środków publicznych, jakie stanowi dotacja, mogą przeprowadzać także inne instytucje niż Ministerstwo Rozwoju. Działają one wówczas na podstawie odrębnych przepisów i zgodnie ze swoimi kompetencjami.

**41. Dotyczy projektów telewizyjnych typu *product placement*: czy do 15 grudnia ma zostać wyemitowany cały sezon serialu, w którym umieścimy wątki funduszowe?**

Wskazany w Regulaminie konkursu okres realizacji projektu dotyczy w przypadku projektów telewizyjnych typu *product placement* emisji wyłącznie tych odcinków serialu, które zawierają wątki funduszowe.

**42. Dotyczy projektów telewizyjnych typu *product placement*: czy do wniosku trzeba załączyć scenariusze odcinków serialu, w których będziemy pokazywać wątki funduszowe?**

Nie, na etapie składania wniosku wystarczy w formularzu umieścić opis, zawierający koncepcję wątku, liczbę odcinków serialu, które będą się na niego składać, propozycje bohaterów, sposób prezentowania treści funduszowych itd.

**43. Czy dobrze rozumiemy, że w przypadku projektów typu *product placement* możemy pokazywać jedynie produkt w postaci Punktów Informacyjnych i portalu Funduszy Europejskich?**

Tak.

**44. Dotyczy formularza wniosku o przyznanie dotacji linia tematyczna 6.4 – Projekty internetowe w punkcie III: oczekiwane rezultaty projektu (wskaźniki) wśród materiałów merytorycznych wymienione zostały artykuły jako materiały powyżej 1500 znaków. Czy w projekcie dopuszczają Państwo również artykuły poniżej 1500 znaków? W poprzednim konkursie funkcjonował podział na newsy oraz artykuły.**

W obecnej edycji konkursu do artykułów zaliczane będą materiały merytoryczne powyżej 1500 znaków. Wnioskodawca może także zaproponować inne formy materiałów. Analiza zaproponowanych narzędzi i form komunikacji będzie prowadzona w ramach oceny merytorycznej projektu.

**45. Dotyczy projektów radiowych: co należy rozumieć przez zapis zawarty w punkcie 2a "Formularza wniosku do projektów radiowych": - sposób prezentowania komunikatów, o których mowa w pkt 2.2. Regulaminu konkursu. Czy poprzez słowo "sposób" należy rozumieć "format i formułę prezentacji" np audycja / wywiad /reportaż, czy "zakres merytoryczny" np. wypowiedź gościa audycji na dany temat?**

W przywołanym punkcie formularza wniosku należy przedstawić przede wszystkim zakres tematyczny i merytoryczny prezentowanych treści.

**46. Dotyczy kwalifikacji eksperta: jakie są wymagania dotyczące eksperta, który musi być zaangażowany do realizacji projektu? Jakimi udokumentowanymi kwalifikacjami musi legitymować się ekspert?**

Patrz pytanie 6.

**47. Dotyczy wymogu formalnego załącznika do wniosku: "aktualny odpis z właściwego rejestru podmiotu składającego wniosek (z okresu nie wcześniejszego niż 3 miesiące od dnia złożenia wniosku lub wydruk z odpowiedniego systemu posiadający moc odpisu z rejestru). W przypadku Radia XYZ, które jest jednostką organizacyjną podmiotu XYZ będzie to dekret powołujący rozgłoszenie - czy to właściwa interpretacja?**

Tak.

**48. Czy w projekcie ogólnopolskim możemy mówić o projektach, które zostały zrealizowane bądź są realizowane w ramach "Programów Regionalnych"? Czy to będzie błąd formalny i koszt niekwalifikowany?**

Patrz pytanie 28.

**49. Czy Radio jako jedno z zadań może zaproponować promocje i relacje z Dni Otwartych Funduszy Europejskich? czy jest to oferta tylko dla TV?**

W projektach skierowanych do ogółu społeczeństwa oraz osób młodych z każdej linii tematycznej powinny być przewidziane działania promujące akcję Dni Otwarte Funduszy Europejskich.



## Odpowiedzi z dnia 4 marca 2016 r.

**50. Dotyczy: informacji o działalności Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. Czy istnieje możliwość napisania, kto w danym punkcie pracuje, czym się zajmuje? Czy można opublikować zdjęcie takiej osoby - o ile takowe istnieje?**

Informacja na temat Punktów Informacyjnych FE (PIFE) znajduje się na stronie głównej portalu funduszeuropejskie.gov.pl w zakładce Punkty Informacyjne. Są tam zamieszczone dane teleadresowe do Punktów, bez wskazywania imiennego konsultantów. Potwierdzenie tego typu możliwości należy uzyskać bezpośrednio w Punktach Informacyjnych w poszczególnych województwach.

**51. Czy są dostępne fotografie, które moglibyśmy wykorzystać w publikacjach, a dotyczące:**  
**- punktów informacyjnych,**  
**- inwestycji zmodernizowanych dzięki funduszom europejskim.**

Wnioskodawca realizujący projekt powinien we własnym zakresie zdobyć fotografie do przygotowywanych materiałów.

Na stronie [www.mapadotacji.gov.pl](http://www.mapadotacji.gov.pl) są dostępne galerie zdjęć projektów dofinansowanych z UE, które można wykorzystywać za prawem cytatu.

**52. Czy Wnioskodawca musi posiadać własny portal internetowy o zasięgu nie mniejszym niż 7 000 000 użytkowników miesięcznie, czy może współpracować z takim portalami w ramach projektu?**

O dotację na projekt internetowy mogą ubiegać się wyłącznie podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako: wydawcy portali internetowych lub ich biura reklamy (chodzi o podmioty lub jednostki organizacyjnie powiązane z wydawcami).

Jeżeli wydawca portalu internetowego o zasięgu wymaganym w konkursie tj. 7 mln użytkowników miesięcznie, dopuści do realizacji na swoim portalu projektu przez inny podmiot spełniający wymagania konkursu, istnieje taka możliwość.

**53. Zasadą w Radiu jest promocja pasm stałych przez tzw. zwiastuny. Czy w takiej formie materiały promocyjne pasm tematycznych możemy umieścić w projekcie? Przykładowo: tworzymy pasmo tematyczne dot. Funduszy Europejskich - emitowane raz w tygodniu. Zwyczajowo wówczas wypuszczamy promosy / zapowiedzi tego pasma w ramach "ogłoszenia nadawcy". Pytanie, czy promosy / zwiastuny, które wyprodukujemy i wyemitujemy w ramach projektu, będą kosztem kwalifikowanym?**

Tak.

**54. Dotyczy linii projekty prasowe: pojawiła się rozbieżność dotyczącą premiowania projektów – „Premiowane będą projekty: [...] uzupełnione o narzędzia / publikacje skierowane do użytkowników mobilnych wydań gazet”. W prezentacji podczas konferencji ten aspekt był wymogiem koniecznym, a nie dodatkowo premiowanym. Proszę o wyjaśnienie.**

Pytanie dotyczy dwóch różnych działań. Obligatoryjna jest publikacja materiałów na portalach tytułów prasowych, a premiowana publikacja w wersjach mobilnych tytułów prasowych np. wersjach na tablety.

Zgodnie z opisem linii tematycznej „Publikacje prasowe” zawartej w Regulaminie konkursu.

*Publikacje muszą:*

4) poza formą drukowaną, być emitowane także za pomocą narzędzi internetowych wykorzystywanych w danych tytułach prasowych w celu dotarcia do części czytelników niekorzystających z prasy papierowej (wykorzystywanie internetowych wydań gazet, itp.);

Premiowane będą projekty:

2) uzupełnione o narzędzia / publikacje skierowane do użytkowników mobilnych wydań gazet.

**55. Czy w przypadku, gdy projekt zakłada publikacje w więcej niż jednym tytule, w każdym z nich trzeba zamieścić artykuł na temat DOFE, PIFE i materiał ogólny o FE, czy wystarczy zamieszczenie tych informacji w rozbudowanej formie w jednym z tytułów, a w innych potraktowanie ich w sposób bardziej okrojony, np. w formie ramki informacyjnej?**

W takim wypadku w każdym tytule należy zamieścić materiał o Punktach Informacyjnych oraz Portalu Funduszy Europejskich.

Informacje o Dniach Otwartych FE należy opublikować w tytułach adresowanych do grup docelowych wskazanych w pkt 2.2. Regulaminu konkursu.

**56. Czy w projekcie zakładającym publikacje w więcej niż jednym tytule, trzeba wybrać jeden z nich jako wiodący, a pozostałe jako towarzyszące / wspomagające, czy też tytuły mogą być traktowane równorzędnie. Dodam, że zakładana jest jednakowa liczba publikacji w dwóch tytułach i mniejsza w trzecim – wszystkie są wydawane przez jedno wydawnictwo.**

To wnioskodawca określa częstotliwość emisji materiałów w poszczególnych tytułach.

**57. Chcę wystartować w konkursie dotacji jako biuro reklamy, jednak część zadań będzie realizował mój wydawca(formalnie to odrębne spółki należące do tej samej grupy kapitałowej).**

- a) **Czy w takim przypadku powinniśmy podpisać list intencyjny o współpracy w ramach projektu?**
- b) **W ramach rozliczenia projektu będziemy przedstawiać faktury kosztowe zarówno biura reklamy jak i wydawcy.**

Są dwa sposoby realizacji opisanego projektu:

1) W pierwszym przypadku biuro reklamy (Wnioskodawca) zakupuje świadczenia od wydawcy, będącego podwykonawcą w projekcie, przy równoczesnym zachowaniu zasad konkurencyjnego udzielania zamówień określonych w Regulaminie konkursu.

2) W drugim przypadku projekt może być realizowany przez biuro reklamy (Wnioskodawcę) wspólnie z wydawcą prasowym będącym Partnerem projektu (Patrz pytanie 21).

Odpowiedzi na pytania szczegółowe:

a) Przygotowanie listu intencyjnego jest konieczne w przypadku realizacji projektu partnerskiego (w którym wydawca prasowy byłby partnerem projektu).

b) Takie rozwiązanie jest możliwe w sytuacji, gdy wydawca będzie partnerem w projekcie zgłoszonym przez biuro reklamy.

**58. Jaki dokument potwierdza poniesienie kosztu w projekcie w przypadku, gdy wnioskodawca/partner prowadzi działalność gospodarczą i część zadań realizuje samodzielnie? A dodatkowo – jak w takim przypadku udokumentować wkład własny np. w postaci rabatu lub nakładu pracy?**

Zaangażowanie właściciela firmy może stanowić wkłady własny w realizację projektu. W takim przypadku dopuszcza się udokumentowanie na podstawie indywidualnego oświadczenia właściciela firmy o zakresie zaangażowania w realizację projektu.

**59. Dotyczy linii projekty internetowe: czy dopuszczają Państwo nagradzanie laureatów konkursu realizowanego na serwisie sponsorowanym w ramach komponentu konkursowego nagrodą pieniężną lub voucherem na zrealizowanie kampanii reklamowej na portalu i czy taka forma nagrody może być dofinansowana w ramach konkursu dotacji na działania informacyjne dotyczące FE?**

Tak, dopuszczalne są obie formy nagradzania. Mogą one stanowić koszty kwalifikowalne pod warunkiem, że spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie konkursu (pkt X Kwalifikowalność kosztów projektu).

**60. Pytanie dotyczy przypadku realizacji projektu w ramach partnerstwa w projekcie internetowym: czy wartość banerów promocyjnych (reklamowych) na portalach internetowych może być wkładem własnym do projektu?**

Koszty przygotowania i emisji bannerów reklamowych mogą stanowić wydatek kwalifikowalny, pod warunkiem, że spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie konkursu (pkt X Kwalifikowalność kosztów projektu).

**61. We wzorze budżetu jest pozycja "promocja", czy ta promocja w przypadku emisji programów TV może polegać np. na promocji tych programów w innych mediach (poza TV) jak np. w Internecie czy prasie branżowej?**

Tak.

**62. Czy uzyskane dofinansowanie w projektach stanowi pomoc de minimis dla wnioskodawcy prowadzącego działalność gospodarczą?**

Nie.

**63. Czy scenariusz programu TV, który powinien stanowić załącznik do wniosku dla projektów telewizyjnych może być poglądowy czy rozpisany co do minuty?**

Na etapie składania wniosku załączony szczegółowy opis odcinka może być poglądowy.

**64. Czy nadawcy radiowi ubiegający się o dofinansowanie muszą legitymować się zasięgiem 4 województw (czy jest to warunek kwalifikacyjny)? Reprezentują rozgłośnie publiczną o zasięgu głównym 1 województwa. Czy spełniamy kryteria formalne?**

Zgodnie z Regulaminem konkursu (pkt 7.1) projekty mediowe, w tym projekty radiowe muszą mieć zasięg ponadregionalny, tzn. muszą docierać do odbiorców z terenu minimum 4 województw.

**65. Czy zaświadczenie o subkoncie w banku i zaświadczenia o niezaleganiu z ZUS i US będą ewentualnie potrzebne do umowy, a do wniosku nie są konieczne?**

Zaświadczenie o subkoncie w banku oraz zaświadczenie z ZUS i US nie są wymagane na etapie składania wniosku.

**66. Czy są jakieś wymogi co do czasu, jaki powinna być aktywna strona internetowa projektu prasowego?**

Projekty prasowe nie muszą obejmować stworzenia dedykowanej strony internetowej projektu. Równocześnie projekty prasowe muszą, zapewniać emisję materiałów za pomocą narzędzi internetowych wykorzystywanych w danych tytułach prasowych np. już istniejącej stronie internetowej tytułu prasowego.

**67. Proszę informację, czy w ramach promocji Dni Otwartych Funduszy Europejskich, możemy zaproponować we wniosku insert wrzucany do naszego tytułu reklamujący Dni Otwarte. Nasze zapytanie wynika z zapisu regulaminu w punkcie 7.3. podpunkt 3).**

W konkursie nie mogą być zgłoszone projekty przewidujące publikacje prasowe w formie typowych insertów.

**68. Czy w projekcie, wnioskodawcą może być jedna rozgłośnia radiowa, a partnerami kilka innych (tak, aby zasięg informacyjny był jak największy).**

Tak.

**69. Jakie dokumenty księgowe powinny być potwierdzeniem wykorzystania czasu antenowego - zarówno u wnioskodawcy jak i partnerów?**

Jeżeli wydatki na czas antenowy są pokrywane z dotacji, należy przedstawić dokumenty potwierdzające poniesienie kosztów związanych z tym działaniem.

**70. Czy Partnerem w projekcie może być firma consultingowa? Zgodnie z zapisami dokumentacji, o ile nie podlega ona wykluczeniu z udziału w konkursach finansowanych ze środków publicznych – dopuszczają Państwo taką możliwość.**

Firma konsultingowa może być partnerem w projekcie.

**71. Proszę o informację do punktu wniosku (linia tematyczna – projekty internetowe) Czas prowadzenia działań – Okres funkcjonowania serwisu sponsorowanego po zakończeniu projektu. Czy istnieją wymogi określające min. – max. tego okresu, czy też Wnioskodawca może wpisać dowolny okres.**

Regulamin nie przewiduje wymogów dotyczących okresu funkcjonowania serwisu sponsorowanego po zakończeniu projektu. Należy jednak pamiętać, że efektywność komunikacyjna i zasięgowa (w tym atrakcyjność rezultatów projektu) są przedmiotem oceny merytorycznej zgodnie z Kartą Oceny Projektu.

**72. Do wniosku należy dołączyć jako załącznik w pkt. 4 gwarancję emisji (jeżeli wnioskodawca nie jest nadawcą telewizyjnym). Czy to może być pismo gwarantujące należyte wykonanie zadania, podpisane przez tę samą osobę, która podpisuje wniosek? Czy też należy wypełnić jakiś konkretny formularz?**

Zgodnie z pkt 11.1.3 Regulaminu: jeżeli Wnioskodawca nie jest nadawcą radiowym i telewizyjnym powinien dołączyć do wniosku pisemną ogólną gwarancję emisji audycji lub oświadczenie o jej dostarczeniu w terminie 30 dni od daty złożenia wniosku o dofinansowanie. Gwarancja emisji powinna być podpisana przez osobę upoważnioną do składania oświadczeń woli w imieniu nadawcy telewizyjnego lub radiowego, który zobowiązuje się do wyemitowania przygotowanych w ramach projektu materiałów. Co do formy gwarancji patrz pyt. 34.