

Pytania i odpowiedzi dotyczące Konkursu dotacji na działania informacyjne Funduszy Europejskich (edycja 2014)

1. Czy partnerem projektu wnioskodawcy może być partner zagraniczny (zarejestrowany za granicą), ale nie podlegający wykluczeniu zgodnie z zapisem pkt 7.3. Regulaminu konkursu?

Tak.

2. Czy w ramach projektów internetowych możliwe jest wykorzystanie mailingu do baz użytkowników polskich, które przekraczają próg 7 000 000?

Możliwe jest wykorzystanie mailingu do kont pocztowych zakładanych na portalu, na którym będzie realizowany projekt.

3. Jeżeli dopuszcza się wykorzystywanie mailingu towarzyszącego publikacji, czy właścicielem bazy mailingowej (zawierającej użytkowników z Polski) może być partner zarejestrowany za granicą? Baza danych o której mowa zgłoszona jest do odpowiednika polskiego GODO funkcjonującego na terenie danego kraju, a partner może przedstawić odpowiednie dokumenty potwierdzające.

Wysyłka mailingu musi być realizowana zgodnie z przepisami polskiego prawa.

4. Czy w tegorocznej edycji Konkursu dotacji możliwa jest realizacja projektów cross-mediowych angażujących radio i telewizję?

Obecna edycja konkursu nie przewiduje cross-mediowej linii tematycznej. Równocześnie projekty realizowane w ramach linii tematycznej „projekty telewizyjne”, „projekty radiowe” oraz „projekty prasowe” mogą być uzupełnione o działania w innych mediach, w szczególności w celu podniesienia atrakcyjności i zasięgu projektów.

5. Czy możliwe jest ubieganie się o dotację i realizacja projektu w Partnerstwie? Przykładowo liderem projektu byłoby wydawnictwo prasowe lub wydawca portali internetowych, a partnerem organizacja (partner społeczno-gospodarczy).

Tak. Zgodnie z zapisami punktu 7.4. Regulaminu konkursu:

„Projekt zgłoszony do Konkursu może być realizowany przez Wnioskodawcę przy współudziale innego podmiotu, zwanego dalej „Partnerem”. W takiej sytuacji spełnione muszą być łącznie następujące warunki:

- 1) Partnerem może być jedynie podmiot, który wnosi do projektu wkład własny (także niefinansowy, np. Patronat, wsparcie merytoryczne itp.),
- 2) Partnerem może być jedynie podmiot, który spełnia warunki określone w pkt 7.3,
- 3) do wniosku należy dołączyć dokument potwierdzający współpracę Wnioskodawcy z Partnerem oraz wskazujący na udzielenie przez Partnera pełnomocnictwa do jego reprezentowania przez Wnioskodawcę (np. list intencyjny).”

6. Dotyczy linii tematycznej „projekty telewizyjne”. Czy każdy ze zgłoszonych przez jeden podmiot projekt może uzyskać dofinansowanie w maksymalnej kwocie 1 500 000 PLN czy wszystkie złożone przez jeden podmiot projekty mogą łącznie uzyskać ww. dofinansowanie?

W ramach linii tematycznej 4.1. projekty telewizyjne, pojedynczy projekt może uzyskać dofinansowanie w kwocie: od 100 000 PLN (minimalna) do 1 500 000 PLN (maksymalna), zgodnie z pkt: 6.3. i 6.4. Regulaminu konkursu.

Zgodnie z pkt. 6.7. Regulaminu konkursu jeden wnioskodawca może otrzymać dofinansowanie na realizację więcej niż 1 projektu (także w ramach tej samej linii tematycznej).

7. Dotyczy linii tematycznej „projekty prasowe”. Czy dopuszcza się zawarcie umowy konsorcjum pomiędzy wydawcami prasowymi w celu dopełnienia jednego z dwóch warunków Konkursu dotacji, jakimi są ponadregionalność lub nakład powyżej 50 tys. egzemplarzy?

Tak. Zgodnie z zapisami Regulaminu konkursu w pkt. 7.4. istnieje możliwość realizacji projektów w partnerstwie.

8. Czy istnieje możliwość realizacji projektów przy jednoczesnym współdziałaniu wydawców prasowych i stowarzyszenia?

Tak. Organizacje pozarządowe mogą być partnerami w projektach realizowanych w konkursie (patrz także pytanie nr 5).

9. Projekt telewizyjny zgłoszony w Konkursie dotacji realizowany będzie wiosną 2015 r. Wniosek, w tym gwarancję emisji programu należy dostarczyć do 17 września br. Dostarczenie gwarancji w tym terminie jest niemożliwe ponieważ stacje telewizyjne planują szczegółową ramówkę znacznie później.

Jaki dokument stanowić ma gwarancję emisji? Czy list intencyjny nadawcy stanowi wystarczającym dokumentem i czy możliwe jest dostarczenie listu po 17 września 2014 r.?

Zgodnie z pkt 9.1.3.4 Regulaminu Konkursu do wniosku o dofinansowanie projektu należy dołączyć „pisemną gwarancję emisji audycji / publikacji określonych we wniosku o dofinansowanie **lub oświadczenie o dostarczeniu teźże gwarancji w terminie 30 dni od daty złożenia wniosku o dofinansowanie**, jeśli dotyczy.”

Gwarancja emisji może mieć także formę **listu intencyjnego lub umowy partnerskiej**.

10. Czy dopuszczalna jest sprzedaż sfinalizowanego materiału telewizyjnego zrealizowanego w ramach Konkursu dotacji nadawcy w cenie rynkowej?

Nie. Zgodnie z pkt 5.5. Regulaminu konkursu „nie można czerpać zysków z udostępniania materiałów przygotowanych w ramach projektu, np. odpłatnego udostępniania materiałów filmowych i edukacyjnych oraz publikacji, dodatkowych opłat za wersje mobilne materiałów czy publikacji.”

11. 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?

Tak, przy czym estymacja musi być przeprowadzona w oparciu o dane z wiarygodnych badań oglądalności np. niezależnego ośrodka badawczego.

12. Dotyczy linii tematycznej „projekty internetowe”. Czy Wnioskodawcą może zostać wydawca portalu o zasięgu mniejszym niż ujęte w Regulaminie konkursu 7 000 000 użytkowników, ale zakładający publikację materiałów informacyjnych na serwisach, które taki zasięg posiadają?

Zgodnie z pkt 7.1.e Regulaminu konkursu o dotację mogą ubiegać się podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako (...) wydawcy portali internetowych, - **jeżeli posiadają doświadczenie i techniczne możliwości do prowadzenia projektów informacyjno – promocyjnych** nt. Funduszy Europejskich oraz spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie.

Równocześnie zgodnie z pkt 4.5. Regulaminu konkursu projekty internetowe muszą m.in. „być realizowane na portalach o tematyce ogólnoinformacyjnej o zasięgu nie mniejszym niż 7 000 000 użytkowników miesięcznie dla witryn/portali” oraz muszą „mieć formę właściwego dla danego portalu serwisu sponsorowanego”.

Wnioskodawca zatem musi mieć doświadczenie oraz techniczne możliwości realizacji projektu zgodnie z wymaganiami określonymi w pkt 4.5. Regulaminu konkursu dla projektów internetowych.

13. Zgodnie z pkt 4.5. Regulaminu „Konkursu dotacji na działania informacyjne Funduszy Europejskich” podstawowym warunkiem realizacji projektu internetowego jest jego zasięg nie mniejszy niż 7 000 000 użytkowników. Warunek ten spełniają grupy takie jak np. Grupa Onet,

Grupa Wirtualna Polska etc., a nie poszczególne serwisy/portale, co de facto wyklucza prawie każdego z wnioskodawców, bo przykładowo publikacja w serwisach, które wchodzą w skład danej grupy (np. Biznes Onet, etc.) nie spełnia tego warunku - serwis ten nie posiada takiego zasięgu sam w sobie, zatem na serwisach poszczególnych grup jakakolwiek publikacja - przy tak sformułowanym warunku - będzie niezgodna z konkursem.

Zgodnie z pkt 4.5. Regulaminu konkursu projekty internetowe muszą być realizowane na portalach o tematyce ogólnoinformacyjnej o zasięgu nie mniejszym niż 7 000 000 użytkowników miesięcznie dla witryn/portali. Zasięg użytkowników (real users) witryny/portalu powinien być wyliczony w oparciu o badania/dane dotyczące Internetu wg rankingu **najpopularniejszych stron www badania Megapanel PBI/Gemius za maj 2014**, internauci w wieku 7+. W badaniu ujęte są poszczególne strony www (tabela: *TOP20 stron www, z których korzysta najwięcej internautów*). Badanie dostępne jest pod adresem: <http://www.pbi.org.pl/pl/aktualnosci/210/wyniki-megapanel-pbi-gemius-za-maj-2014>

To wnioskodawca proponuje umiejscowienie treści oraz serwisu poświęconego Funduszom Europejskim na istniejącym portalu ogólnopolskim spełniającym wymogi zasięgowe określone w Regulaminie konkursu oraz formę cyklicznej obecności treści poświęconych Funduszom Europejskim na stronie głównej portalu czy też innych sekcjach tematycznych portalu (np. sekcjach biznesowych / gospodarczych itp.).

Zgodnie z pkt 4.5. Regulaminu konkursu projekty internetowe muszą uwzględniać promocję i publikowanie treści nie tylko na stronie głównej portalu, ale również w innych sekcjach portalu niż serwis poświęcony Funduszom Europejskim w zależności od tematyki treści, np. publikowanie materiału o dofinansowaniu dla firm w sekcji biznesowej portalu. Poszczególne sekcje nie muszą spełniać minimalnego zasięgu 7 mln użytkowników miesięcznie, o ile są częścią portalu, który spełnia to kryterium.

Ponadto, należy podkreślić, że w projektach internetowych składanych do Konkursu zarówno zakres i atrakcyjność działań, jak i w szczególności ich zasięg (rozumiany jako m.in. estymowana liczba odsłon (page views) serwisu sponsorowanego osiągniętych za pośrednictwem działań prowadzonych na portalu), będą przedmiotem oceny prowadzonej przez Komisję Konkursową, zgodnie z kryteriami określonymi w Karcie Oceny Merytorycznej oraz Budżetowej.

Odpowiedzi z dnia 27 sierpnia 2014 r.:

14. Czy istnieje możliwość uzyskania dofinansowania na realizację filmu propagującego budownictwo z gliny? Byłby to film instruktażowy i motywacyjny.

W ramach konkursu dopuszcza się realizację jedynie projektów o charakterze informacyjnym i edukacyjnym (poradnikowym) poświęconym Funduszom Europejskim. Zgodnie z Regulaminem „celem konkursu jest informowanie odbiorców na temat możliwości wsparcia finansowego z Funduszy Europejskich 2014 – 2020”.

15. Czy Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich może zostać partnerem merytorycznym w realizacji projektu medialnego linii tematycznej „projekty telewizyjne”?

Podmiot może być partnerem w realizacji projektu jeśli spełnia warunki określone w pkt 7.4. Regulaminu konkursu:

„Projekt zgłoszony do Konkursu może być realizowany przez Wnioskodawcę przy współudziale innego podmiotu, zwanego dalej „Partnerem”. W takiej sytuacji spełnione muszą być łącznie następujące warunki:

- 1) Partnerem może być jedynie podmiot, który wnosi do projektu wkład własny (także niefinansowy, np. Patronat, wsparcie merytoryczne itp.),
- 2) Partnerem może być jedynie podmiot, który spełnia warunki określone w pkt 7.3.,
- 3) do wniosku należy dołączyć dokument potwierdzający współpracę Wnioskodawcy z Partnerem oraz wskazujący na udzielenie przez Partnera pełnomocnictwa do jego reprezentowania przez Wnioskodawcę (np. list intencyjny).”

16. Dotyczy linii tematycznej „projekty telewizyjne”. Projekty muszą zostać zrealizowane w okresie od 1 listopada 2014 do 30 czerwca 2015 roku. Czy do tego czasu program ma zostać

rozliczony? Czy do tego czasu ma być emitowany, a rozliczony zostać może w późniejszym terminie?

Zgodnie z pkt 8.1. Regulaminu konkursu „ostatnie działania określone we wniosku musi zostać zrealizowane w terminie do 30 czerwca 2015 r.”.

Kwestię rozliczenia projektu reguluje §8 umowy dla dofinansowywanych projektów.

Dla projektów dofinansowywanych w 2014 i 2015 r. Wnioskodawca zobowiązany jest do przygotowania i złożenia sprawozdania z wykonania zadania:

- 1) sprawozdania częściowego, zawierającego rozliczenie wykorzystania środków otrzymanych w ramach I i II transzy dotacji – **w terminie do 14 stycznia 2015 r.**
- 2) sprawozdania końcowego zawierającego rozliczenie wykorzystania środków otrzymanych w ramach III oraz IV transzy dotacji – **w terminie 14 dni od dnia upływu zakończenia realizacji zadania (projektu).**

Dla projektów dofinansowanych w 2015 r. Wnioskodawca zobowiązany jest do przygotowania i złożenia, **w terminie 14 dni od dnia upływu terminu zakończenia realizacji zadania (projektu).**

17. Dotyczy linii tematycznej „projekty telewizyjne”. Zgodnie z regulaminem nadawca telewizyjny przystępujący do konkursu musi zapewnić średnią oglądalność pojedynczych audycji w ramach cyklu na poziomie minimum 200 tys. widzów dla kanałów ogólnych i minimum 50 tys. widzów dla kanałów tematycznych/informacyjnych. Przypis określa sposób obliczenia AMR oraz źródło danych, ale nie grupę celową. Czy oglądalność ma zostać określona w odniesieniu do grupy bazowej Total Individuals?

Tak. Oglądalność powinna zostać określona w odniesieniu do grupy celowej Total Individuals.

18. Czy wnioskodawcą i liderem projektu linii tematycznej "projekty internetowe" może zostać wydawca portalu o zasięgu mniejszym niż ujęte w Regulaminie konkursu 7 000 000 użytkowników, ale realizującym projekt w partnerstwie z wydawcą portalu, który taki zasięg posiada?

Patrz pytanie nr 12.

19. Jakie potwierdzenie kwalifikacji musi mieć ekspert ds. Funduszy Europejskich?

Nie ma ściśle określonych wymagań formalnych w stosunku do 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 3.7. Regulaminu konkursu „w celu uzyskania wysokiego merytorycznego poziomu materiałów przygotowanych w ramach projektu w pracę zespołu projektowego musi być zaangażowany minimum 1 ekspert ds. Funduszy Europejskich, odpowiadający m.in. za:

1. wyszukiwanie oraz proponowanie tematów/ informacji/ przykładów dofinansowanych projektów, adekwatnych do grupy docelowej projektu,
2. weryfikację materiałów pod kątem poprawności przedstawianych informacji nt. Funduszy Europejskich,
3. wsparcie twórców materiałów w celu jak najlepszej realizacji zgłaszanych do konkursu projektów.

Ekspert/ci powinni na bieżąco współpracować z zespołem projektowym w ramach realizowanego projektu. Ekspertami mogą być osoby zarówno pracujące u projektodawcy (ekspert wewnętrzny), jak i współpracujące z projektodawcą (ekspert zewnętrzny)”.

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

20. Czy ekspert może jednocześnie pełnić funkcję kierownika projektu, redaktora naczelnego i eksperta ds. Funduszy Europejskich?

Osoba współpracująca w charakterze eksperta może pełnić kilka różnych funkcji w ramach prowadzonego projektu.

21. Czy ekspertem może zostać pracownik publicznej instytucji np. urzędu marszałkowskiego lub uczelni?

Osoba zatrudniona w charakterze eksperta może być pracownikiem instytucji publicznej.

Dopuszczona jest także sytuacja kiedy ekspertami są pracownicy instytucji publicznych, którzy zostali zaangażowani do projektu w ramach swoich obowiązków lub wolontariatu.

Należy jednakże pamiętać, że ich zaangażowanie w projekt nie może stać w sprzeczności z zakresem obowiązków w ramach umowy o pracę z danym urzędem (i jego wewnętrznych zasad). Powinno ono być także bezkosztowe tj. wycenione na 0 zł.

Sytuacje, w których ekspertem jest pracownik instytucji publicznej, który został zatrudniony odpłatnie do projektu (tj. poza obowiązkami służbowymi), wskazane jest dołączenie do wniosku zgody pracodawcy, a w przypadku nieuregulowania tej kwestii - oświadczenia, że tego typu działanie nie stoi w sprzeczności z wykonywanymi przez tą osobę obowiązkami służbowymi i zasadami jego zatrudnienia w danym urzędzie.

Odpowiedzi z dnia 29 sierpnia 2014 r.

22. Czy istnieje możliwość sfinansowania aplikacji na HbbTV która umożliwiłaby łączenie materiałów telewizyjnych z dodatkowymi materiałami internetowymi?

W projektach telewizyjnych oraz internetowych dopuszcza się realizację różnorodnych działań uzupełniających. W uzasadnionych przypadkach możliwe jest zatem przeprowadzenie działań/projektów zawierających elementy multimedialne i/lub angażujące odbiorców. 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.

23. Czy koszty techniczne własne takie jak koszt kamery i montażu, zgodne z wewnętrznym cennikiem i określane na podstawie rachunku wewnętrznego mogą zostać zaliczone do kosztów kwalifikowanych?

Koszty wykorzystania kamery oraz montażu stanowią koszty kwalifikowalne. Natomiast zakup kamery jest kosztem niekwalifikowalnym.

Koszt wykorzystania kamery oraz montażu mogą stanowić wkład własny. Może być on udokumentowany wewnętrznym dokumentem księgowym (jeżeli polityka rachunkowości uwzględnia taką możliwość) lub oświadczeniem Wnioskodawcy o zaangażowaniu własnych zasobów rzeczowych w realizację projektu wraz z wyceną tego zaangażowania. Wycena taka powinna być dokonana na podstawie stawek uwzględnionych w cenniku, a jeśli Wnioskodawca takiego nie posiada – według stawek funkcjonujących na rynku. Wkład własny Wnioskodawcy stanowić może także praca pracowników oddelegowanych do udziału w projekcie (np. montażyści).

W przypadku finansowania wykorzystania sprzętu np. kamery oraz montażu z dotacji należy przedstawić dokumenty finansowe potwierdzające faktycznie poniesione koszty na ten cel.

24. Czy określono przedział w ramach którego powinna zostać dokonana wycena wynagrodzeń osób odpowiedzialnych za zarządzanie projektem (koordynator projektu, specjalista ds. promocji, specjalista ds. Funduszy Europejskich)?

Nie ma określonego przedziału określającego wynagrodzenie osób realizujących projekt. Stawki powinny być adekwatne do aktualnie obowiązujących stawek rynkowych oraz zakresu obowiązków zaangażowanych osób.

25. 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 5.2. Regulaminu: „Projekty prasowe zgłaszane do Konkursu w ramach Linii tematycznej 4.4, 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 okresu kwiecień - maj 2014 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.

26. Czy aby spełnić wymóg minimalnego zasięgu 50 tys. egzemplarzy dla projektów prasowych, wydawcy (dwie lub trzy gazety) mogą podpisać umowę w celu realizacji projektu w partnerstwie?

Tak. Zgodnie z pkt 7.4. Regulaminu konkursu istnieje możliwość realizacji projektów w partnerstwie (patrz także pytanie nr 5, 7, 8 i 15).

27. Zgodnie z pkt 5.1. Regulaminu konkursu projekty mediowe zgłaszane do udziału w konkursie muszą mieć zasięg ponadregionalny, tj. muszą docierać do odbiorców z terenu min. 4 województw. Czy muszą obejmować swoim zasięgiem całe 4 wybrane województwa, czy też mogą obejmować zasięgiem jedynie ich część?

Zgodnie z pkt 5.1. Regulaminu konkursu projekty mediowe zgłaszane do udziału w konkursie muszą mieć zasięg ponadregionalny, tj. muszą docierać do odbiorców z terenu minimum 4 województw .

Projekty medialne mogą obejmować swoim zasięgiem część 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.

28. W jednym z tygodników zainteresowanych konkursem struktura organizacyjno-własnościowa jest dosyć złożona: dział reklamy, odpowiedzialny za realizację projektów specjalnych, jest odrębną spółką powiązaną umową współpracy z firmą, która jest wydawcą. Czy wnioskodawcą może być ta spółka stanowiąca dział reklamy, po przedstawieniu oświadczenia wydawcy o stałej współpracy?

Zgodnie z pkt. 7.1. Regulaminu konkursu dotację mogą ubiegać się wyłącznie podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako:

- a) publiczni oraz komercyjni nadawcy telewizyjni,
- b) publiczni oraz komercyjni nadawcy radiowi lub podmioty zarządzające czasem antenowym w stacjach radiowych,
- c) producenci nagrań telewizyjnych lub radiowych, którzy swoim produktom zapewnią antenową emisję,
- d) wydawcy tytułów prasowych, z wyłączeniem wydawców tytułów wyłącznie internetowych (elektronicznych),
- e) wydawcy portali internetowych.

Zewnętrzne biuro reklamy może ubiegać się o dotację, jeśli prowadzi także działalność gospodarczą lub statutową jako jeden z ww. podmiotów. W innym przypadku zewnętrzne biuro reklamy może mieć status Partnera Projektu.

Odpowiedzi z dnia 4 września 2014 r.

29. Dotyczy publikacji prasowych. Do konkursu dopuszczone będą tytuły o zasięgu na poziomie co najmniej 50 tys. egzemplarzy. Warunek ten spełnia wydanie magazynowe gazety XYZ ukazujące się w piątki. Natomiast wydanie weekendowe w którym zamieszczone zostałyby materiały dotyczące Funduszy Europejskich nie spełnia tego kryterium (średni nakład jednorazowy liczony od poniedziałku do piątku jest niższy). Czy warto w tej sytuacji przygotowywać aplikację?

Zgodnie z pkt 5.2. Regulaminu konkursu projekty prasowe 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 - średni nakład jednorazowy danego tytułu stanowi sumę nakładów wszystkich wydań tytułu prasowego z okresu kwiecień - maj 2014 r. podzieloną przez liczbę wydań tego tytułu w tym okresie.

Zgodnie z ww. zapisami Regulaminu projekty prasowe, które są realizowane w pojedynczym tytule prasowym powinny zapewnić nakład publikacji / materiałów na poziomie co najmniej 50 tys. egzemplarzy.

30. Dotyczy kwestii prezentacji logotypów firm beneficjentów Funduszy Europejskich. Czy prezentowanie w realizowanych projektach firm beneficjentów, ze wskazaniem logotypów, marek i wytwarzanych produktów jest akceptowalne?

Zgodnie z pkt 7.6 oraz 7.7 Regulaminu konkursu „Wyłącznie Wnioskodawca może umieszczać swoje logo na materiałach przygotowanych w ramach Konkursu oraz informować o swoim udziale w projekcie”. Jedynie „na uzasadniony wniosek Wnioskodawcy, zgłoszony po podpisaniu umowy dotacji, Minister może wyrazić zgodę na zamieszczanie na materiałach przygotowanych w ramach Konkursu logo Partnerów lub innych podmiotów”.

Biorąc powyższe pod uwagę w zakresie prezentacji dodatkowych logotypów, w szczególności podmiotów komercyjnych każda sytuacja będzie rozpatrywana indywidualnie.

31. Czy lokalna, miejska, informacyjna stacja telewizyjna może przystąpić do konkursu jako „stacja tematyczna”?

Tak. Lokalna stacja telewizyjna może przystąpić do konkursu jako stacja tematyczna przy czym zgodnie z pkt 5.1 Regulaminu konkursu projekty mediowe, w tym projekty telewizyjne zgłaszane do udziału w konkursie muszą mieć zasięg ponadregionalny, tj. muszą docierać do odbiorców z terenu minimum 4 województw.

32. Czy pula środków finansowych przeznaczona na realizację projektów internetowych – 600 000 PLN, to pula maksymalna dla wszystkich Wnioskodawców, czy dla jednego Wnioskodawcy?

W ramach linii tematycznej 4.5. projekty internetowe, pojedynczy projekt może uzyskać dofinansowanie w kwocie: od 100 000 PLN (minimalna) do 600 000 PLN (maksymalna), zgodnie z pkt: 6.3. i 6.4. Regulaminu konkursu.

33. Do wydawnictwa XYZ zgłaszają się różne firmy, które chcąc wziąć udział w konkursie liczą na wsparcie ze strony wydawnictwa XYZ, a w szczególności jego cyklicznych wydatków. Czy wydawnictwo XYZ jako indywidualna spółka, która bierze udział w konkursie, może być jednocześnie medium wspierającym projekty innych Wnioskodawców? (w momencie zwycięstwa w konkursie dwóch podmiotów w tym np. wydawnictwa XYZ oraz innego podmiotu, który uzyskał jego wsparcie, w jednym z dodatków mogłyby się pojawić dwa podobne materiały).

Tak. Wnioskodawca może być jednocześnie partnerem wspierającym w projektach innych Wnioskodawców.

34. Czy istnieje możliwość rezygnacji z wypłat dotacji w postaci kolejnych transz i wypłaty pełnej dotacji po zrealizowaniu projektu? Wówczas nastąpiła by rezygnacja z konieczności zabezpieczenia przez Wnioskodawcę projektu np. w postaci Gwarancji Bankowej. Wnioskodawca realizuje projekt z własnych środków, a Ministerstwo nie ponosi ryzyka związanego z wcześniejszą wypłatą części przyznanej dotacji.

Nie. Zgodnie z pkt 12.1. Regulaminu konkursu dotacja jest przekazywana w transzach.

35. 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.

36. W Regulaminie konkursu znajduje się informacja, że kosztem niekwalifikowalnym jest „podatek od towarów i usług, jeśli może zostać odzyskany w oparciu o przepisy krajowe”. Czy to oznacza, że o dotację należy ubiegać się w kwotach tylko i wyłącznie netto?

Zapis pkt 8.3. Regulaminu konkursu dotyczy wyłącznie sytuacji, w której Wnioskodawca może ubiegać się o odzyskanie podatku od towarów i usług (VAT w oparciu o przepisy krajowe zgodnie z ustawą z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2011 r. Nr 177, poz. 1054 z późn. zm.).

Wnioskodawcy niemogący odliczyć podatku VAT, mogą zawrzeć go w budżecie projektu.

37. Czy w okresie realizacji projektu (do 30 czerwca 2015 r.) ma mieć miejsce również całkowita publikacja wytworzonych materiałów? Czy emisję programów mogą być także po tym okresie?

Zgodnie z pkt 8.1. Regulaminu konkursu „ostatnie działanie określone we wniosku musi zostać zrealizowane w terminie do 30 czerwca 2015 r.”. Zatem emisja publikacji/programów nie może przekroczyć terminu 30 czerwca 2015 r.

38. Czy czas emisyjny na antenie telewizyjnej może stanowić wkład własny niefinansowy?

Tak. Czas emisyjny może stanowić wkład własny w realizację projektu.

39. Zgodnie z pkt 10.5. Regulaminu „w celu zabezpieczenia prawidłowej realizacji projektu ustanawiane jest zabezpieczenie w jednej z form zabezpieczenia określonych we wzorze umowy dotacji, stanowiącym Załącznik nr 3 do Regulaminu.”

Czy chodzi o zabezpieczenie kolejnych transz przekazywanych podmiotom? Czy związku z czasochłonną procedurą uzyskania Gwarancji Bankowej, będącej jedną z form zabezpieczenia, istnieje możliwość podpisania umowy i wydłużenia terminu przedstawienia gwarancji bankowej? Mogłoby to wiązać się to z innym terminem wypłaty transz, gdzie pierwsza transza byłaby płatna po okazaniu Gwarancji Bankowej. Oczywiście sam projekt realizowany byłby zgodnie z harmonogramem.

Zgodnie z § 2 ust. 3 umowy dotacyjnej niewniesienie gwarancji bankowej w terminie 7 dni będzie skutkowało wstrzymaniem wypłaty I transzy dotacji.

40. Czy emisje zapowiedzi audycji na antenach stacji XYZ mogą być we wniosku objęte dotacją?

Tak. Emisja zapowiedzi jest kosztem kwalifikowalnym.

Pytania i odpowiedzi ze spotkań informacyjnych z dnia 3 września 2014 r.

Spotkanie informacyjne dot. linii tematycznej „projekty internetowe”:

41. Czy 7 mln realnych użytkowników dotyczy jednej strony, czy np. grupy stron?

Wymóg zasięgowy dotyczy pojedynczej strony internetowej (witryny/portalu). Patrz również odpowiedź na pytanie nr 13.

42. Czy jest podział kwotowy budżetu całego konkursu pomiędzy poszczególne linie tematyczne?

Przewidziana w konkursie kwota 9 milionów dotyczy całego konkursu. Pula ta nie jest podzielona pomiędzy poszczególne linie tematyczne.

43. W jaki sposób weryfikują Państwo doświadczenie i wiedzę ekspertów ds. Funduszy Europejskich zaangażowanych w projekt?

Ocena doświadczenia ekspertów ds. Funduszy Europejskich jest prowadzona na podstawie informacji o nich przedstawionych we wniosku (np. biogramów, opisów doświadczenia zawodowego itp.).

44. Co się dzieje, kiedy wpisany do zespołu projektowego członek zespołu odchodzi z pracy?

Osoba odchodząca z zespołu może zostać zastąpiona przez inną osobę o tożsamy kompetencjach, zgodnie z opisem zawartym we wniosku o dotację.

45. Czy księgowy zaangażowany w prace zespołu projektowego może być finansowany z budżetu projektu (z dotacji)?

Tak, koszty księgowości są kosztami kwalifikowalnymi.

46. Czy ekspertem ds. Funduszy Europejskich może być firma doradcza/konsultingowa?

Tak, ekspertami mogą być pracownicy / przedstawiciele firmy doradczej / konsultingowej, przy czym nie mogą oni promować swojej działalności komercyjnej i konsultingowej (zgodnie z pkt 3.8 Regulaminu konkursu „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”).

47. Jak powinny być liczone koszty promocji projektu?

To dotacjobiorca określa budżet projektu (finansowanie działań realizowanych w projekcie).

Koszty promocji są kwalifikowalne w ramach projektów dotacyjnych. Mogą one być finansowane zarówno z dotacji, jak i stanowić wkład własny.

W przypadku finansowania kosztów promocji z dotacji mogą one być szacowane na podstawie cennika, jednakże szacowanie takie musi wynikać z realnie poniesionych kosztów oraz zostać udokumentowane w formie dokumentu księgowego (np. rachunku wewnętrznego, faktury wewnętrznej).

48. Czy wskazane tematy obligatoryjne oznaczają, że w projekcie muszą zostać uwzględnione wszystkie?

Tak. W ramach realizowanego projektu dotacjobiorca musi ująć wszystkie tematy obligatoryjne powiązane w zakresie adekwatnym do potrzeb informacyjnych odbiorców danego medium.

49. Czy projekcie muszą zostać uwzględnione wszystkie wskazane w Regulaminie konkursu kategorie grup docelowych (określonych w 2.1)?

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).

50. Jak szczegółowo należy opisać doświadczenie eksperta ds. Funduszy Europejskich?

Wystarczy wykazać przekrojowo doświadczenie i wiedzę eksperta ds. Funduszy Europejskich. Ocena doświadczenia ekspertów ds. Funduszy Europejskich jest prowadzona na podstawie informacji o nich przedstawionych we wniosku (np. biogramów, opisów doświadczenia zawodowego).

51. Czy w ramach projektu linii tematycznej „projekty internetowe” można prowadzić także działania merytoryczne w innych mediach (np. publikacja materiałów informacyjnych poświęconych Funduszom Europejskim)?

Dopuszczone jest wykorzystywanie wyłącznie portalu/strony www i narzędzi internetowych w ramach jednej grupy portali dotacjobiorcy.

Spotkanie informacyjne dot. linii tematycznej „projekty prasowe”:

52. Co należy złożyć wraz z wnioskiem o dofinansowanie projektu – koncepcję projektu (koncepcję publikacji prasowych) czy gotowe już materiały (artykuły sponsorowane)?

We wniosku o dofinansowanie projektu składamy jedynie koncepcję projektu (publikacji prasowych), obejmującą (zgodnie z wymogami formularza wniosku) m.in.:

1. konwencję publikacji i tematykę wszystkich publikacji, w tym tematy związane bezpośrednio z Funduszami Europejskimi;
2. listę programów operacyjnych, jakie będą przedstawione w projekcie (w publikacjach);
3. sposób prezentowania źródeł informacji o Funduszach Europejskich (opisanych w pkt 3.2.1. Regulaminu konkursu);
4. szczegółowy opis lub zarys 2 wybranych publikacji;

Dodatkowo, jako przykłady referencyjne można podać wcześniejsze materiały zbliżone formą / treścią do zaproponowanych we wniosku.

53. Jak powinny być rozliczone koszty wydania (druku) gazety, w sytuacji gdy rozliczana jest cała gazeta a nie druk poszczególnych jej stron, na których prowadzone są działania z projektu?

Kosztami refundowanymi mogą być wszystkie koszty związane z publikacją materiału w ramach dofinansowanego projektu np. koszty papieru, koszty pracy poszczególnych osób, koszty przygotowania materiałów itp.

Koszty druku mogą zostać sfinansowane z dotacji, wówczas należy przedstawić wyliczenie z wysokością kosztów z tym związanych oraz potwierdzające to dokumenty księgowe (np. rachunki wewnętrzne, faktury wewnętrzne).

Koszty druku mogą także stanowić wkład własny, potwierdzony wyliczeniem z wysokością kosztów z tym związanych.

54. Dlaczego w tej edycji nie przewidziano, w ramach realizacji projektów prasowych, możliwości działań interaktywnych z czytelnikami?

Głównym celem tej edycji konkursu jest informowanie i edukowanie odbiorców projektów. Działania interaktywne z czytelnikami o charakterze promocyjnych (jak np. konkursy promocyjne itp.) nie są w tej edycji konkursu dotacji działaniami premiowanymi w trakcie oceny wniosków.

Istnieje przy tym możliwość realizacji w projektach działań interaktywnych o charakterze informacyjnym i edukacyjnym.

55. Czy w ramach projektu można prowadzić także działania konferencyjne, które często organizują wydawcy prasowi?

Tak, pod warunkiem, że będą to działania o charakterze informacyjnym lub edukacyjnym oraz uzupełniającym.

56. Jak badany jest zasięg czytelnictwa?

Zgodnie z zapisami Regulaminu konkursu „Projekty prasowe zgłaszane do Konkursu w ramach Linii tematycznej 4.4, 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 okresu kwiecień - maj 2014 r. podzieloną przez liczbę wydań tego tytułu w tym okresie.

57. Czy powinniśmy wykonać badania preferencji czytelników, aby wypełnić pkt. 2.2 – 2.3. Formularza wniosku?

Nie ma takiego wymogu. Doatcjobiorca może na podstawie własnej wiedzy, doświadczenia lub prowadzonych wcześniej przez siebie badań opisać profil czytelnika.

Spotkanie informacyjne dot. linii tematycznej „projekty telewizyjne”, „idea placement w serialach telewizyjnych” oraz „projekty radiowe”:

58. Czy okres kwalifikacji kosztów dotyczy produkcji i emisji czy tylko produkcji?

Zgodnie z Regulaminem konkursu okres kwalifikowalności projektu to 1.11.2014 – 30.06.2015 r. („W przypadku uzyskania dotacji, za koszty kwalifikowalne mogą być uznane wydatki poniesione na rzecz zgłoszonego projektu od 1 listopada 2014 r. do 30 czerwca 2015 r. Ostatnie działanie określone we wniosku musi zostać zrealizowane w terminie do 30 czerwca 2015 r.”)

W tym okresie muszą zostać zrealizowane wszystkie działania przygotowawcze, produkcyjne, emisyjne w ramach projektu.

59. Czy koszty produkcji programów mogą zostać wliczone do kosztów projektu i zrefundowane?

Tak.

60. Czy w ramach działań w projekcie można realizować programy rozrywkowe?

Dopuszczone są audycje w lekkiej, atrakcyjnej formie, ale wszystkie audycje muszą służyć realizacji celów konkursu i mieć charakter informacyjny i edukacyjny (poradnikowy).

61. Czy praca eksperta, także wykonywana w wolontariacie, może być wkładem własnym?

Tak. Praca eksperta, jak i praca innych członków zespołu projektowego, może być realizowana w trybie wolontariatu oraz stanowić wkład własny w projekcie. Można oszacować koszt takiej pracy oraz uwzględnić go budżecie projektu.

62. Na ile można korzystać z formuły i materiałów które były już prowadzone przez dotacjobiorcę w poprzednich edycjach konkursu i dotyczyły funduszy na lata 2007-2013?

Zgodnie z Regulaminem „Tematyka projektów zgłaszanych do Konkursu musi mieć charakter horyzontalny, tj. projekty muszą dotyczyć więcej niż jednego programu operacyjnego w ramach Umowy Partnerstwa 2014 - 2020. Dopuszcza się prezentowanie projektów realizowanych z FE w latach 2007-2013, z zastrzeżeniem, że powinny stanowić jedynie przykłady dla zobrazowania możliwości sięgania po FE w nowym okresie 2014 – 2020”.

63. W jakim przypadku można przedłużyć projekt do 15.09.2015 roku?

Projekt może zostać przedłużony tylko w szczególnych, uzgodnionych z Ministerstwem przypadkach.

64. Czy istnieje limit wydatków dla działań uzupełniających w projekcie (prowadzonych w innych mediach)?

Nie ma takiego limitu. To dotacjobiorca określa adekwatny budżet dla poszczególnych działań w projekcie, który następnie podlega ocenie komisji konkursowej.

65. Jakie „próbki materiałów” należy dołączyć do wniosku o dofinansowanie?

Jako przykłady można podać wcześniejsze referencyjne materiały, które były realizowane przez dotacjobiorcę lub inne materiały mające charakter poglądowy i służące jako referencje co do formy, stylistyki, koncepcji itp. propozycji zawartych w projekcie materiałów.

66. Czy część działań medialnych może być prowadzona tylko w kilku województwach?

Tak, przy czym zgodnie z pkt 5.1 Regulaminu konkursu „Projekty mediowe zgłaszane do udziału w konkursie (linie tematyczne: 4.1 – 4.3) muszą mieć zasięg ponadregionalny, tj. muszą docierać do odbiorców z terenu minimum 4 województw”.

Odpowiedzi z dnia 5 września 2014 r.

67. Czasopismo XYZ (o zasięgu ogólnopolskim) wychodzi w nakładzie 6 000 egzemplarzy. Pod uwagę bierze się zwiększenie nakładu 4 kolejnych numerów (jest to dwumiesięcznik) zawierających strony poświęcone informacjom o FE 2014-20 do 10 000 egzemplarzy, z czego 4 000 egzemplarzy przeznaczono by do nieodpłatnego rozdania/rozesłania potencjalnym beneficjentom. Czy koszt samego druku dodatkowych numerów byłby kosztem kwalifikowalnym?

Tak. Za koszty kwalifikowalne uznaje się wydatki niezbędne do realizacji projektu.

68. Dotyczy projektów prasowych. Czy za stały/cykliczny dodatek możemy uznać publikację, która ukazuje się jako osobny grzbiet, mająca za każdym razem tę samą formułę, specyfikację techniczną i tytuł główny, natomiast nie ma regularnej emisji?

Publikację taką można uznać za dodatek cykliczny. Przy czym zgodnie z Regulaminem konkursu projekty prasowe zgłaszane do Konkursu w ramach 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).

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.

69. Dotyczy projektów radiowych. W trakcie realizacji projektu brand XYZ zostanie przekazany do spółki do nowego podmiotu – kościelnej osoby prawnej. Działalność stacji radiowej będzie kontynuowana bez przerw z wykorzystaniem tych samych zasobów ludzkich (osoby zwolnią się z ze spółki i zostaną zatrudnione przez nowy podmiot). Po tym czasie działalność Spółki z o.o. XYZ zostanie wygaszona (zlikwidowana). Czy taka sytuacja stanowi przeszkodę w realizacji projektu?

Zmiany w strukturze organizacyjnej będą wymagały sporządzenia aneksu do umowy dla dofinansowanego projektu.

Podmiot przejmujący brand XYZ zobowiązany jest realizować zobowiązania zawarte we wniosku przyznania dotacji, stosować się do zapisów umowy o przyznania dotacji oraz spełniać warunki podmiotowe ubiegania się o dotację określone w pkt 7.1. Regulaminu konkursu:

„O dotację mogą ubiegać się wyłącznie podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako:

- a) publiczni oraz komercyjni nadawcy telewizyjni,

- b) publiczni oraz komercyjni nadawcy radiowi lub podmioty zarządzające czasem antenowym w stacjach radiowych,
 - c) producenci nagrań telewizyjnych lub radiowych, którzy swoim produktem zapewnią antenową emisję,
 - d) wydawcy tytułów prasowych, z wyłączeniem wydawców tytułów wyłącznie internetowych (elektronicznych),
 - e) wydawcy portali internetowych,
- jeżeli posiadają doświadczenie i techniczne możliwości do prowadzenia projektów informacyjno - promocyjnych nt. Funduszy Europejskich oraz spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie”.

70. Dotyczy projektów prasowych. W trakcie realizacji projektu Wydawnictwo XYZ zostanie wniesione jako zorganizowane przedsiębiorstwo do nowego podmiotu – kościelnej osoby prawnej. Działalność Wydawnictwa będzie prowadzona w niezmiennym zakresie, bez przerw, natomiast ulegną zmianie REGON, NIP. Czy taka sytuacja stanowi przeszkodę w realizacji projektu?

Nie. Jednak zmiany w strukturze organizacyjnej będą wymagały sporządzenia aneksu do umowy dla dofinansowanego projektu.

Nowy podmiot zobowiązany jest realizować zobowiązania zawarte we wniosku przyznania dotacji, stosować się do zapisów umowy o przyznaniu dotacji oraz spełniać warunki podmiotowe ubiegania się o dotację określone w pkt 7.1. Regulaminu konkursu:

„O dotację mogą ubiegać się wyłącznie podmioty, które prowadzą działalność gospodarczą lub statutową jako:

- a) publiczni oraz komercyjni nadawcy telewizyjni,
 - b) publiczni oraz komercyjni nadawcy radiowi lub podmioty zarządzające czasem antenowym w stacjach radiowych,
 - c) producenci nagrań telewizyjnych lub radiowych, którzy swoim produktem zapewnią antenową emisję,
 - d) wydawcy tytułów prasowych, z wyłączeniem wydawców tytułów wyłącznie internetowych (elektronicznych),
 - e) wydawcy portali internetowych,
- jeżeli posiadają doświadczenie i techniczne możliwości do prowadzenia projektów informacyjno - promocyjnych nt. Funduszy Europejskich oraz spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie”.

71. Aby wystartować w ogłoszonym przez Ministerstwo konkursie razem z wnioskiem trzeba złożyć jako załącznik wypis z KRS. Co w przypadku, kiedy producent Tv funkcjonuje, jako jednoosobowa działalność gospodarcza? Czy wystarczą takie dokumenty jak NIP, Regon i zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej?

W przypadku osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, niewpisanych do KRS, wymaga się dostarczenia zaświadczenia z ewidencji działalności gospodarczej.

Odpowiedzi z dnia 10 września 2014 r.

72. Dotyczy linii „projekty internetowe”. Czy istnieje możliwość udostępnienia danych odnośnie miejsc/firm/instytucji które skorzystały z FE, lub informacji dotyczących ich ilości i miejsca, na podstawie których można by przygotować mapkę?

Kompleksowe dane nt. beneficjentów Funduszy Europejskich, w tym przedsiębiorców zamieszczone są na stale aktualizowanym portalu www.mapadotacji.gov.pl.

73. Czy aby rozliczyć koszty "udostępnienia" powierzchni w czasopiśmie na informacje o FE 2014-20 powinno posłużyć się cennikiem artykułów sponsorowanych czasopisma, wystawić Ministerstwu fakturę VAT za tę powierzchnię, czy też rozliczyć przygotowanie materiału i druk dzieląc realne koszty na liczbę udostępnionych stron? (zgodnie z zapisem w Regulaminie konkursu: "Projekty w linii 4.4 polegają na opracowaniu i emisji publikacji nt. Funduszy Europejskich w grzbiecie głównym danego drukowanego tytułu prasowego, w formatach publikacji sponsorowanych przyjętych w tytule oraz zgodnych z ustawą prawo prasowe").

Rozliczenie projektu nie następuje poprzez wystawienie MliR faktury VAT za działania zrealizowane w projekcie. W sprawozdaniu z realizacji projektu należy przedstawić dokumenty księgowe potwierdzające poniesienie kosztów związanych z realizacją projektu. (patrz pyt nr. 53)

74. Czy nagrody (np. tablet, laptop) przyznawane w konkursach (np. plebiscyt SMS) organizowanych w ramach projektu mogą stanowić koszt kwalifikowalny?

Tak. Zakup nagród dla uczestników biorących udział w konkursie przeprowadzonym w ramach projektu może stanowić koszt kwalifikowalny. Równocześnie, zgodnie z pkt 5.5. Regulaminu konkursu nie można czerpać zysków z udostępniania materiałów przygotowanych w ramach projektu, zatem planowany plebiscyt SMS nie powinien generować zysków dla dotacjobiorcy.

75. Czy koszt konkursu SMS przeprowadzonego w ramach projektu jest wydatkiem kwalifikowanym?

Tak. Z zastrzeżeniem, o którym mowa w pytaniu nr 74 (powyżej).

76. Dotyczy linii „projekty prasowe”. Czy w celu realizacji projektu w partnerstwie (kilka gazet lokalnych) należy zawiązać oficjalną umowę konsorcjum czy wystarczą listy intencyjne?

Tak, wystarczą listy intencyjne. Zgodnie z pkt 7.4. Regulaminu konkursu istnieje możliwość realizacji projektów w partnerstwie. Do wniosku realizowanego w partnerstwie należy dołączyć dokument potwierdzający współpracę Wnioskodawcy z Partnerem oraz wskazujący na udzielenie przez Partnera pełnomocnictwa do jego reprezentowania przez Wnioskodawcę (np. list intencyjny). Patrz także pytanie nr 5, 7, 8, 15 i 26.

77. Czy lepiej zgłosić projekt oparty na 1 stronie redakcyjnej publikowanej co tydzień, czy na cyklu -4 strony co miesiąc?

Nie ma ściśle określonych wymagań dotyczących zakresu oraz cykliczności projektów prasowych. Zgodnie z Regulaminem konkursu premiowane będą projekty m.in. zapewniające emisję publikacji przez okres przynajmniej 6 miesięcy, przy równoczesnym zachowaniu odpowiedniego poziomu intensywności działań pozwalającego na podtrzymanie zainteresowania (znajomości) czytelników, oraz zapewniające publikację materiałów cyklicznie tj.: w stałe dni tygodnia. Należy pamiętać, że 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.

78. Czy nagroda dla autora najlepszego projektu wykorzystania środków UE - pakiet reklamowy w naszych mediach - jest kosztem kwalifikowanym?

Tak. Nagrody dla uczestników biorących udział w konkursie przeprowadzonym w ramach projektu stanowią koszt kwalifikowalny. Aby rozliczyć nagrodę w formie pakietu reklamowego należy przedstawić dokumenty finansowe potwierdzające poniesienie kosztów związanych z realizacją takiego pakietu reklamowego. Może on także stanowić wkład własny.

79. Co wpływa na ocenę eksperta ds. Funduszy Europejskich? Liczba zrealizowanych projektów, czy liczba lat przepracowanych w branży?

Nie ma ściśle określonych wymagań formalnych w stosunku do ekspertów ds. Funduszy Europejskich. W pkt V. formularza wniosku o przyznanie dotacji należy wykazać czy osoba współpracująca w charakterze eksperta posiada odpowiednią wiedzę i doświadczenie zapewniające wsparcie merytoryczne zespołu projektowego, w celu przygotowania poprawnych i rzetelnych materiałów informacyjnych nt. Funduszy Europejskich.

Zgodnie z pkt 3.7. Regulaminu konkursu „w celu uzyskania wysokiego merytorycznego poziomu materiałów przygotowanych w ramach projektu w pracę zespołu projektowego musi być zaangażowany minimum 1 ekspert ds. Funduszy Europejskich, odpowiadający m.in. za:

- wyszukiwanie oraz proponowanie tematów/ informacji/ przykładów dofinansowanych projektów, adekwatnych do grupy docelowej projektu,
- weryfikację materiałów pod kątem poprawności przedstawianych informacji nt. Funduszy Europejskich,
- wsparcie twórców materiałów w celu jak najlepszej realizacji zgłaszanych do konkursu projektów. Ekspert/ci powinni na bieżąco współpracować z zespołem projektowym w ramach realizowanego projektu. Ekspertami mogą być osoby zarówno pracujące u projektodawcy (ekspert wewnętrzny), jak i współpracujące z projektodawcą (ekspert zewnętrzny)”.
Patrz także pyt nr 19, 20, 21, 43, 46, 50, 61.

80. Czy rabat udzielany przez gazetę - Partnera może stanowić wkład własny?

Tak.

81. Czy praca pracowników gazety, która jest Partnerem projektu może stanowić wkład własny?

Tak. Praca pracowników oddelegowanych do udziału w projekcie może stanowić wkład własny w realizację projektu.

82. Dotyczy linii tematycznej „projekty telewizyjne”. Zgodnie z Regulaminem oraz formularzem wniosku estymacja poziomu oglądalności planowanych do realizacji audycji musi być przeprowadzona w oparciu o wiarygodne badania oglądalności na potrzeby wniosku, czy też można wykorzystać ogólne dane aktualnie posiadane przez nadawcę?

Nie ma potrzeby zamawiania/wykonywania dodatkowych badań/analiz oglądalności do przygotowania wniosku o dofinansowanie. Punktem wyjścia mogą być posiadane wiarygodne dane.

83. W ramach projektu wydawnictwo XYZ planuje wydanie numerów czasopisma w wersji tradycyjnej (drukowanej) i internetowej - w wersji na urządzenia mobilne. Byłyby to pierwsze tak wydane numery czasopisma, w związku z czym wymagałyby skonstruowania specjalnie dedykowanej aplikacji (systemu). Czy przygotowanie/opracowanie warstwy funkcjonalnej aplikacji oraz oprogramowania byłyby kosztami kwalifikowalnymi?

Koszty stworzenia specjalnie dedykowanej aplikacji do dystrybucji elektronicznej (mobilnej) czasopisma nie są kwalifikowalne w ramach konkursu.

84. Dotyczy linii „projekty prasowe”. Czy każda z pojedynczych publikacji musi traktować o więcej niż jednym programie operacyjnych, czy liczy się całość jako cykl, np. każda z publikacji może traktować o innym programie?

Cały cykl/projekt zgłaszany do Konkursu musi mieć charakter horyzontalny.

85. Wyróżniono kilka segmentów (linii tematycznych), z których można ubiegać się o dofinansowanie. Czy oferta może być łączona, np. Internet i prasa?

Tegoroczna edycja konkursu nie przewiduje cross-mediowej linii tematycznej. Przy czym projekty realizowane w ramach linii tematycznej „projekty telewizyjne”, „projekty radiowe” oraz „projekty prasowe” mogą być uzupełnione o działania w innych mediach, w szczególności w celu podniesienia atrakcyjności i zasięgu projektów.

Patrz także pyt nr 4.

86. Czy nadawca telewizyjny mający siedzibę za granicą, nadający program w języku polskim i na teren polski drogą satelitarną może ubiegać się o dotację w konkursie?

Tak.

87. 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.

Odpowiedzi z dnia 12 września 2014 r.

88. Jaka powinna być forma raportu końcowego/wyników kampanii, na podstawie których będziemy rozliczani (tj. czy to mają być szczegółowe terminy i statystyki formatów promujących treści serwisu?). Innymi słowy, jakie dane przez czas trwania kampanii powinniśmy zbierać do raportu końcowego?

W sprawozdaniu z realizacji projektu wymagane jest uzupełnienie informacji nt. osiągniętych wskaźników wpisanych przez wnioskodawcę do formularza wniosku o dofinansowanie projektu. Szczegółowe (specyficzne dla danego medium / projektu) wskaźniki dodatkowe oraz tryby raportowania ich realizacji zostaną uzgodnione indywidualnie z dotacjobiorcą przy podpisaniu umowy o dofinansowanie, biorąc pod uwagę zakres i specyfikę realizowanego projektu.

89. Chciałam zaproponować cykl artykułów do gazet X oraz Y. Czy istnieją jakieś wytyczne odnośnie tematów i właściwego czasu ich publikacji (np. o funduszach dla osób niepełnosprawnych, chcących otworzyć biznes itp.)?

Zakres tematyczny projektów (tematy obligatoryjne oraz dodatkowe), a także ogólne wymogi co do projektów prasowych zostały określone w Regulaminie konkursu. Szczegółowy zakres projektu, jego tematykę (tematykę poszczególnych publikacji) oraz cykliczność publikacji określa sam wnioskodawca.

Należy pamiętać, że zgodnie z Regulaminem konkursu wnioski będą analizowane i oceniane przez Komisję Konkursową zgodnie z kryteriami określonymi w Karcie Oceny Projektu m.in. pod kątem atrakcyjności projektu oraz jego efektywności komunikacyjnej i zasięgowej.

90. Nie będziemy w stanie podać Państwu wyszczególnionych kosztów papieru, druku, wierszówek, bowiem jest to tajemnica handlowa wynikająca z podpisanych umów między naszym wydawnictwem a drukarnią. Czy to wpłynie na decyzje współpracy?

To dotacjobiorca, konstruując budżet projektu załączany do wniosku o dofinansowanie, decyduje jakie koszty związane z realizacją projektu chce sfinansować z dotacji lub wykazać jako wkład własny.

Aby koszty papieru, druku, wierszówek mogły zostać sfinansowane z dotacji należy przedstawić w rozliczeniu z realizacją projektu dokumenty finansowe potwierdzające poniesione koszty na ten cel (np. rachunek wewnętrzny).

Wartość powierzchni wydawniczej wniesionej w ramach wkładu własnego może być oszacowana na podstawie kosztów cennikowych lub poniesionych kosztów.

Zobacz odpowiedź dla pytań: nr 53 i 73.

91. Nie mamy możliwości stworzyć osobnego konta księgowego dla projektu. Co w takim przypadku?

Posiadanie wyodrębnionego konta bankowego oraz wyodrębnionej ewidencji księgowej dla realizowanego projektu jest wymogiem niezbędnym do podpisania umowy o dofinansowanie.

Zgodnie z par. 2 ust. 10: „Wnioskodawca jest zobowiązany do prowadzenia wyodrębnionej dokumentacji finansowo-księgowej i konta bankowego dla środków finansowych otrzymanych na realizację Zadania zgodnie z zasadami wynikającymi z ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. z 2009 nr 152 poz. 1223 z późn. zm.) w sposób umożliwiający identyfikację poszczególnych operacji księgowych dotyczących realizowanego Zadania.”

92. W jakiej formie należy złożyć ofertę?

Zgodnie z zapisami pkt 9.1.1. Regulaminu konkursu: „Formularz wniosku o przyznanie dotacji należy wypełnić zgodnie ze wzorem określonym w Załączniku nr 1 do Regulaminu, znajdującym się na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl (zakładka Działania promocyjne/ Dotacje dla mediów i partnerów/ Konkurs dotacji).”

93. Czy dostaniemy jakiś brief?

Wymogi dotyczące konkursu oraz składanych do niego projektów określa Regulamin konkursu wraz z załącznikami.

Pełna dokumentacja konkursowa została zamieszczona na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl (zakładka Działania promocyjne/ Dotacje dla mediów i partnerów/ Konkurs dotacji).

94. Czy w ramach projektu możliwa jest realizacja działań typu reklama outdoor poprzez użycie billboardów, citylight lub np. bankomatów?

Nie. Zgodnie z pkt. 5.3.4 Regulaminu konkursu „W konkursie nie dopuszcza się reklamy outodorowej”.

95. Jak rozumiem harmonogram projektu powinien zostać ujęty w formularzu zgłoszenia a nie stanowić osobny załącznik do wniosku? Tabela harmonogramu znajdująca się w formularzu ma ograniczone możliwości edycji co znacznie utrudnia prawidłowe wypełnienie harmonogramu. Czy jest to błąd formularza?

W formularzu wniosku zawarto ogólny harmonogram realizacji projektu. Szczegółowy harmonogram może zostać dołączony do wniosku oraz być opracowany na formacie używanej przez dotacjobiorcę.

96. Dotyczy: linia tematyczna „projektu 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 np. w formie publikacji materiału/ów przynajmniej raz w tygodniu.

97. Jak wygląda sytuacja z cytowaniem w artykułach ekspertów, którzy są specjalistami od FE (np. pracują w firmach doradczych), ale nie są ekspertami opłacanymi w ramach projektu?

W takim przypadku należy wskazać imię i nazwisko eksperta oraz jeżeli to możliwe bez podawania nazwy firmy konsultingowej w jakiej dany ekspert pracuje. Zgodnie z zapisami pkt. 3.8 Regulaminu konkursu: „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”.

98. Zakładając, że projekt jest robiony w partnerstwie (duży portal, który ma warunki technologiczne) i mały portal, który spełnia wszystkie warunki merytoryczne. Publikacje przygotowują wspólnie dziennikarze obu portali . Czy wówczas publikacje mogą pojawiać się na obu portalach?

Tak, przy czym materiały na dodatkowym portalu (niespełniającym kryterium zasięgowego 7 mln użytkowników) powinny być publikowane nieodpłatnie.

Odpowiedzi z dnia 15 września 2014 r.

99. W związku z przygotowywaniem wniosku - dot. projektów radiowych proszę o odpowiedź, czy jest możliwość umieszczenia kosztów kampanii informującej o realizacji Projektu jako wkład własny. W rozliczeniu dokumentowane byłoby to cennikiem reklam wraz z wykazem zawierającym daty emisji.

Tak.

100. Wśród przepisów regulaminu nie ma informacji na temat, czy organizacja pozarządowa (stowarzyszenie medialne) może być wnioskodawcą. Dodam, iż stowarzyszenie grupuje telewizje lokalne i regionalne oraz ma zapewnioną gwarancję emisji audycji.

Zgodnie z zapisami Regulaminu konkursu:

7.1. O dotację mogą ubiegać się wyłącznie **podmioty**, które prowadzą działalność gospodarczą lub **statutową** jako:

- a) publiczni oraz komercyjni nadawcy telewizyjni,
 - b) publiczni oraz komercyjni nadawcy radiowi lub podmioty zarządzające czasem antenowym w stacjach radiowych,
 - c) producenci nagrań telewizyjnych lub radiowych, którzy swoim produktem zapewnią antenową emisję,
 - d) wydawcy tytułów prasowych, z wyłączeniem wydawców tytułów wyłącznie internetowych (elektronicznych),
 - e) wydawcy portali internetowych,
- jeżeli posiadają doświadczenie i techniczne możliwości do prowadzenia projektów informacyjno – promocyjnych nt. Funduszy Europejskich oraz spełniają pozostałe warunki określone w Regulaminie.

W związku z powyższym, jeśli stowarzyszenie, w ramach prowadzonej działalności spełnia ww. warunki podmiotowe ubiegania się o dofinansowanie, może startować w konkursie.

101. Chcielibyśmy otrzymać dofinansowanie tylko na 2015 rok. Planujemy zrealizować i emitować audycję od stycznia do czerwca, ale już w grudniu chcielibyśmy przygotować scenariusze. Osoba za to odpowiedzialna zostałaby za to wynagrodzona w styczniu. Czy naszą datą rozpoczęcia projektu będzie styczeń czy grudzień? Czy jeśli grudzień, a wynagrodzenie nastąpi w styczniu to czy nadal obowiązuje nas wersja dofinansowania tylko na 2015 czy także na 2014 rok?

W takim przypadku obowiązuje wzór umowy dla projektów współfinansowanych wyłącznie w 2015 roku. Realizacja takich projektów może rozpocząć się w 2014 roku.

102. Czy w ramach projektu za koszty kwalifikowane mogą zostać uznane wydatki poniesione przez Partnera, czy też może on jedynie dostarczyć wkład własny?

Tak, do kosztów kwalifikowalnych można zaliczyć wydatki poniesione przez Partnera projektu.

103. Czy jako wersję el. 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.

104. Czy w pkt. 2.7. wniosku (projekty internetowe) „Sposób prezentowania źródeł informacji o Funduszach Europejskich (opisanych w pkt 3.2.1. Regulaminu konkursu)” chodzi o sposób prezentacja źródeł informacji, a więc:

- Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich, w których można uzyskać bezpłatną informację nt. Funduszy Europejskich oraz wstępną pomoc przy rozliczaniu projektów dofinansowanych ze środków europejskich,
 - nowy portal Funduszy Europejskich wraz z wyszukiwarką dotacji (www.funduszeuropejskie.gov.pl)?
- Natomiast sposób prezentacji treści serwisu sponsorowanego znajdzie się w pkt. 2.3?

Tak. W odniesieniu do źródeł informacji, w punkcie 2.7 formularza należy opisać sposób prezentacji wymienionych w pytaniu źródeł. W punkcie 2.3 Formularza wniosku należy natomiast opisać koncepcję i założenia projektu będącego przedmiotem dofinansowania w konkursie.

105. Jeżeli projekt jest cyklem 6 emisji prasowych to czy podstawą wyceny kosztów emisji może być cennik reklamowy?

Patrz pytania nr: 53,73,80,90

Odpowiedzi z dnia 17 września 2014 r.

106. Czy, w ramach projektów internetowych, teksty zamieszczane w serwisie specjalnym mogą być także publikowane na innym serwisie, nie należącym do wydawcy realizującego projekt. Innymi słowy czy muszą być tworzone na wyłączność? Chodzi o to że materiały przygotowane przez eksperta będą także ukazywały się na innym serwisie internetowym, niezwiązanym z wydawcą realizującym projekt.

Dodatkowe wykorzystywanie tekstów zamieszczonych w serwisie specjalnym na stronach internetowych niezwiązanych z projektem wymaga analizy szczegółowego zakresu oraz celu takiego wykorzystywania, w szczególności pod kątem zgodności z pkt 5.5 Regulaminu konkursu, zgodnie z którym "Nie można czerpać zysków z udostępniania materiałów przygotowanych w ramach projektu, np. odpłatnego udostępniania materiałów filmowych i edukacyjnych oraz publikacji, dodatkowych opłat za wersje mobilne materiałów czy publikacji". Może to nastąpić dopiero ew. wyborze projektu do dofinansowania.

Patrz także odpowiedź nr 98.

107. Czy w ramach linii tematycznej projekty telewizyjne możemy wyemitować spoty reklamowe między audycjami? Z góry zaznaczam, że spoty nie są uwzględnione jako nasze koszty kwalifikowane i dotyczą zwykłych reklam komercyjnych. Chodzi o niezwiązane z realizacją projektu spoty.

W ramach projektów emisja spotów reklamowych niezwiązanych z projektem jest kosztem niekwalifikowanym.

Dopuszcza się emisję standardowych bloków reklamowych przy audycjach poświęconych Funduszom Europejskich przygotowywanych w ramach projektu, zgodnie z polityką danej stacji dotyczącą emisji bloków reklamowych.