



Ministerstwo Rodziny,
Pracy i Polityki Społecznej

REGULAMIN OTWARTEGO KONKURSU OFERT

pn. „Kampania społeczna promująca rodzicielstwo
edycja 2026”

Warszawa, marzec 2026 r.

Spis treści

CZĘŚĆ A – ZASADY PRYZNAWANIA DOTACJI	6
I. CELE I ZAKRES ZADAŃ MOŻLIWYCH DO REALIZACJI W RAMACH KONKURSU	6
1. Podstawa prawna	6
2. Cele Konkursu	6
II. KTO MOŻE UBIEGAĆ SIĘ O PRYZNANIE DOTACJI?	7
1. Podmioty uprawnione	7
2. Oferta wspólna.....	8
III. ŚRODKI FINANSOWE NA REALIZACJĘ ZADANIA PUBLICZNEGO. CZAS REALIZACJI ZADAŃ.....	8
1. Środki przeznaczone na realizację zadania publicznego w ramach Konkursu.....	8
2. Zasady przyznawania dotacji	8
3. Okres realizacji zadań	9
4. Koszty kwalifikowalne	9
5. Koszty niekwalifikowalne.....	10
6. Kwalifikowalność podatku VAT	11
IV. JAK UBIEGAĆ SIĘ O PRYZNANIE DOTACJI?	11
1. Ogłoszenie konkursu.....	11
2. Złożenie oferty	11
3. Załączniki do oferty	12
4. Oświadczenia w ofercie.....	13
5. Wskaźniki.....	13
V. PROCEDURA OCENY OFERT I PRYZNANIA DOTACJI	14
1. Ocena formalna	14
2. Ocena merytoryczna	15
3. Procedura przyznania dotacji	17
4. Ogłoszenie wyników Konkursu	17
VI. DOFINANSOWANIE OFERTY.....	18
1. Czynności poprzedzające zawarcie umowy	18
2. Procedura zawarcia umowy.....	19
3. Przekazanie środków.....	19
VII. REALIZACJA ZADANIA PUBLICZNEGO.....	20
1. Przetwarzanie danych osobowych.....	20
2. Dopuszczalne przesunięcia w kosztorysie	20
3. Zasady zmiany w treści umowy	21

4.	Zasady dokonywania płatności w ramach zadania.....	22
5.	Wytyczne w zakresie wypełniania obowiązków informacyjnych.....	22
VIII.	Dysponowanie środkami uwolnionymi	23
CZĘŚĆ B – ZASADY ROZLICZANIA DOTACJI I SPRAWOZDAWCZOŚĆ		24
I.	ZASADY ROZLICZANIA DOTACJI	24
II.	SPRAWOZDANIE Z WYKONANIA ZADANIA W RAMACH KONKURSU	24
1.	Termin i sposób rozliczenia przyznanej dotacji	24
2.	Okres kontroli przyznanej dotacji.....	25
CZĘŚĆ C – Załączniki.....		26

1. Przed przystąpieniem do wypełniania oferty realizacji zadania publicznego należy zapoznać się z niniejszym dokumentem. Złożenie oferty w ramach otwartego konkursu ofert pn. Kampania społeczna promująca rodzicielstwo edycja 2026 oznacza akceptację poniższego Regulaminu.
2. W dokumencie używane są następujące określenia:
 - a) **Dotacja** – środki, o których mowa w art. 127 ust. 1 pkt 1 lit. e ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2025 r. poz. 1483, z późn. zm.), przeznaczone na sfinansowanie bądź dofinansowanie zadania publicznego w ramach Konkursu;
 - b) **Kampania społeczna** – działania z wykorzystaniem narzędzi marketingu, które służą wspieraniu postaw prospołecznych ukierunkowanych na osiągnięcie dobra wspólnego poprzez realizację zadań, o których mowa w art. 4 ust. 1 pkt 31 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2025 r. poz. 1338);
 - c) **UoDPPioW** – ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2025 r. poz. 1338.);
 - d) **UoWRiSPZ** – ustawa z dnia 9 czerwca 2011 r. o wspieraniu rodziny i systemie pieczy zastępczej (Dz. U. z 2025 r. poz. 49);
 - e) **UoFP** - ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2025 r. poz. 1483, z późn. zm.);
 - f) **UoR** – ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r. poz. 120, z późn. zm.);
 - g) **Konkurs** – otwarty konkurs ofert pn. Kampania społeczna promująca rodzicielstwo edycja2026;
 - h) **Minister** – minister właściwy do spraw rodziny;
 - i) **Oferent** – podmiot składający ofertę w otwartym konkursie ofert pn. Kampania społeczna promująca rodzicielstwo edycja 2026;
 - j) **DD** – Departament Demografii w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej;
 - k) **Produkt** – każdy wytwór lub inicjatywa realizowana przez Zleceniobiorcę podczas wykonania zadania;
 - l) **Projekt** – zadanie publiczne polegające na realizacji kampanii społecznej;
 - m) **Regulamin** – Regulamin otwartego konkursu ofert pn. Kampania społeczna promująca rodzicielstwo edycja 2026;
 - n) **Umowa** – umowa o realizację zadania publicznego z podmiotem wybranym w ramach konkursu;
 - o) **Zadanie/zadanie publiczne** – realizacja projektu w sferze działalności na rzecz rodziny, macierzyństwa, rodzicielstwa i ochrony praw dziecka, o której mowa w art. 4 ust. 1 pkt 31 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie i na zasadach określonych w tej ustawie;

- p) **Zleceniobiorca** – podmiot, z którym została zawarta umowa o realizację zadania publicznego zleconego w ramach Konkursu;
- q) **Zleceniodawca** – minister właściwy do spraw rodziny;

CZĘŚĆ A – ZASADY PRYZNAWANIA DOTACJI

I. CELE I ZAKRES ZADAŃ MOŻLIWYCH DO REALIZACJI W RAMACH KONKURSU

1. Podstawa prawna

Na podstawie art. 187 ust. 1 pkt 7 UoWRiSPZ Minister ogłasza Konkurs na powierzenie realizacji zadania publicznego „Kampania społeczna promująca rodzicielstwo”.

Postępowanie konkursowe odbywać się będzie na podstawie art. 13 w związku z art. 4 ust. 1 pkt 1a i 31 UoDPPioW.

2. Cele Konkursu

Celem Konkursu jest wyłonienie organizacji pozarządowej, która zrealizuje działania promocyjne przyczyniające się do budowania pozytywnego wizerunku rodzicielstwa oraz wzrostu świadomości na temat wsparcia prorodzinnego.

Konkurs dotyczy sfery pożytku publicznego określonej w art. 4 ust. 1 pkt 31 UoDPPioW, tzn. *działalności na rzecz rodziny, macierzyństwa, rodzicielstwa, upowszechniania i ochrony praw dziecka*.

Zaangażowanie organizacji pozarządowej w realizację tak ważnego przedsięwzięcia może w istotny sposób wzmocnić społeczną świadomość dotyczącą rodzicielstwa jako dobra wspólnego. Dysponując odpowiednią wiedzą i doświadczeniem i szerokim zasięgiem, podmiot taki ma możliwość skutecznego prowadzenia działań edukacyjnych, promowania odpowiedzialnych postaw oraz udzielania wsparcia rodzinom w codziennych wyzwaniach wychowawczych. Współpracując na co dzień z samorządami, lokalnymi instytucjami i społecznością, organizacja może tworzyć zintegrowany system wsparcia dla rodzin oraz wzmacniać aktywność społeczną. Powierzenie jej tego zadania umożliwi skuteczną realizację kampanii przy jednoczesnym wywieraniu trwałego wpływu, promując odpowiedzialność i troskę o przyszłe pokolenia. Organizacja pozarządowa realizująca swoje zadania statutowe w obszarach dotyczących wspierania rodzin nie tylko dysponuje odpowiednią wiedzą i doświadczeniem, ale przede wszystkim ma bezpośredni kontakt z grupami potencjalnych odbiorców planowanych działań promocyjnych.

Wzrost zasięgu kampanii i utrzymanie jej oddziaływania po zakończeniu projektu może być osiągnięty poprzez:

- ❑ Integrację tematu kampanii z działalnością statutową organizacji – zapewnia to, że poruszane zagadnienia pozostaną istotnym elementem pracy organizacji także po zakończeniu projektu.
- ❑ Współpracę z kluczowymi podmiotami mającymi wpływ na życie społeczeństwa – w tym z samorządami, lokalnymi organizacjami i społecznością, co pozwala na trwałe wzmocnienie oddziaływania kampanii.
- ❑ Bezpośrednie pobudzanie aktywności lokalnych społeczności poprzez działania statutowe organizacji może sprzyjać utrwalaniu pozytywnych zmian społecznych i wzmacnia efekty kampanii.

Zadaniami podmiotu wyłonionego w ramach konkursu będą:

1. Współpraca z Ministerstwem na każdym etapie realizacji zadania publicznego, w tym uzgodnienia dotyczące Kampanii, produktów, uczestnictwo w spotkaniach/warsztatach.
2. Przeprowadzenie ewaluacji kampanii społecznej ex ante.
3. Zapoznanie się z wynikami zleconych badań przez MRPiPS oraz z raportami zakupionymi przez MRPiPS.
4. Opracowanie planu kampanii społecznej.
5. Przeprowadzenie kampanii społecznej.
6. Opracowanie materiałów informacyjno-promocyjnych spójnych z założeniami kampanii (opisanymi w załączniku nr 1).

Wyłoniony w ramach Konkursu Oferent zrealizuje kampanię społeczną skierowaną do grupy docelowej, jaką są:

Kobiety i mężczyźni w wieku 20-40 lat w różnych etapach życia rodzinnego (osoby bezdzietne i rodzice z jednym dzieckiem). Szczegółowy opis założeń do kampanii społecznej promującej rodzicielstwo zawarty jest w załączniku nr 1 do Regulaminu konkursu. Przy realizacji powyższych zadań dopuszcza się wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji wyłącznie po wcześniejszym zatwierdzeniu przez MRPiPS.

II. KTO MOŻE UBIEGAĆ SIĘ O PRYZNANIE DOTACJI?

1. Podmioty uprawnione

Podmiotami uprawnionymi do złożenia oferty w Konkursie są:

- ☐ organizacje pozarządowe wymienione w art. 3 ust. 2 UoDPPioW, m.in. stowarzyszenia, związki stowarzyszeń, fundacje,
- ☐ podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 pkt 1-4 UoDPPioW

prowadzące działalność statutową na rzecz rodziny, macierzyństwa, rodzicielstwa, upowszechniania i ochrony praw dziecka, a także wspierania rodziny i systemu pieczy zastępczej.

W Konkursie mogą wziąć udział oferenci (podmioty), którzy spełniają łącznie następujące warunki:

- 1) posiadają udokumentowane doświadczenie w realizacji kampanii społecznych, tj. oferent zrealizował w okresie ostatnich 4 lat (licząc wstecz od dnia ogłoszenia konkursu) co najmniej dwie ogólnopolskie lub regionalne (na poziomie co najmniej czterech województw) kampanie społeczne, których celem była zmiana postaw społecznych lub promowanie określonych wartości, zachowań lub decyzji (np. kampanie prorodzinne, edukacyjne, profilaktyczne, zdrowotne),
- 2) mają udokumentowane doświadczenie w realizacji kampanii multikanalowych, tj. oferent zrealizował w okresie ostatnich 4 lat (licząc wstecz od dnia ogłoszenia konkursu) co najmniej dwie kampanie społeczne, które obejmowały działania prowadzone w mediach tradycyjnych (TV lub radio) oraz równolegle w różnych kanałach komunikacji, w tym:
 - ☐ media cyfrowe (media społecznościowe, kampanie internetowe),
 - ☐ outdoor (np. citylighty, billboardy, plakaty),
 - ☐ działania PR, eventowe lub z udziałem influencerów.

3) dysponują zespołem dedykowanym do realizacji zadania, którego doświadczenie w przeprowadzaniu kampanii społecznych w ostatnich 4 latach (licząc wstecz od dnia ogłoszenia konkursu) jest potwierdzone wykazem członków zespołu oraz dokumentami, np. referencjami, umowami, sprawozdaniami.

2. Oferta wspólna

W przypadku oferty wspólnej podmioty składające ofertę mają obowiązek zawrzeć między sobą umowę na wspólną realizację Projektu. Umowa między Oferentami powinna zawierać:

- dane dotyczące oferty (tytuł zadania, okres realizacji);
- dane Oferentów (dane teleadresowe, numery KRS, NIP, REGON, reprezentacja);
- opis współpracy między Oferentami, w tym podział zadań;
- sposób zarządzania Projektem.

Złożenie oferty wspólnej wyklucza możliwość złożenia oferty przez podmiot, który bierze udział w ofercie wspólnej.

Niedozwolone są przepływy finansowe między Oferentami realizującymi zadanie w ramach oferty wspólnej.

Niedopuszczalne jest składanie ofert wspólnych, w których Oferentami są oddziały terenowe tej samej organizacji.

W przypadku oferty wspólnej oferenci łącznie muszą spełniać warunki określone w punkcie 1.

III. ŚRODKI FINANSOWE NA REALIZACJĘ ZADANIA PUBLICZNEGO. CZAS REALIZACJI ZADAŃ

1. Środki przeznaczone na realizację zadania publicznego w ramach Konkursu

Minister określa budżet na realizację zadania publicznego w łącznej kwocie nie przekraczającej 6 mln zł w 2026 r.

Poziom dofinansowania projektu może wynosić do 100% kosztów kwalifikowalnych. Konkurs finansowany jest ze środków budżetu państwa, będących w dyspozycji ministra właściwego do spraw rodziny.

Przy opracowywaniu oferty należy uwzględnić okres w jakim będą realizowane działania względem terminów całości zadania i do tego dostosować budżet.

2. Zasady przyznawania dotacji

Minister zastrzega sobie prawo zaproponowania innej kwoty dotacji niż wnioskowana przez Oferenta. W takim przypadku Oferent jest obowiązany do przedłożenia zaktualizowanego harmonogramu działań, zaktualizowanej kalkulacji przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego oraz zaktualizowanego opisu poszczególnych zadań wraz z rozpisaniem wskaźników.

3. Okres realizacji zadań

Działania projektowe mogą rozpocząć się nie wcześniej niż z dniem podpisania umowy, a nieprzekraczalny termin zakończenia zadania to 31 grudnia 2026 roku.

4. Koszty kwalifikowalne

Termin kwalifikowalności kosztów obejmuje tylko wydatki poniesione w okresie trwania realizacji projektu.

a) Kosztami kwalifikowalnymi Projektu są koszty:

- ☐ niezbędne dla realizacji projektu;
- ☐ racjonalne i efektywne;
- ☐ wykorzystane wyłącznie na cel wskazany w ogłoszeniu niniejszego Konkursu;
- ☐ faktycznie poniesione od momentu podpisania umowy do dnia zakończenia każdej z części zadania (zasada kasowości);
- ☐ prawidłowo udokumentowane, tzn. zgodnie z przepisami UoR;
- ☐ przewidziane w budżecie projektu;
- ☐ zgodne z przepisami prawa powszechnie obowiązującego, a w szczególności z UoFP;
- ☐ poniesione zgodnie z postanowieniami Regulaminu i umowy.

b) Podmioty wnioskujące o przyznanie środków publicznych w ramach Konkursu powinny przedstawić ofertę wykonania zadania zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji, gwarantując wykonanie zadania w pełnym zakresie, w sposób efektywny, oszczędny i terminowy.

c) Koszty realizacji działań związanych bezpośrednio z realizacją zadania publicznego poniesione przez Oferenta.

d) Koszty administracyjne związane z koordynacją projektu, jego obsługą finansową i prawną, poniesione w szczególności na:

- ☐ wynagrodzenie koordynatora lub koordynatorów projektu,
- ☐ wynagrodzenie obsługi księgowej związanej z wykonaniem zadań w ramach projektu,
- ☐ wydatki przeznaczone na zakup materiałów biurowych niezbędnych do realizacji zadań,
- ☐ pokrycie kosztów utrzymania biura Oferenta jako realizatora zadania publicznego (w tym także wydatków na wynagrodzenia pracowników), o ile służą one bezpośrednio realizacji zadań w ramach projektu,
- ☐ pokrycie kosztów podróży służbowych niezbędnych do realizacji zadań w ramach projektu.

Koszty administracyjne nie mogą być wyższe niż 5% całkowitej kwoty planowanej na realizację zadania publicznego.

Za kwalifikowalne uznaje się wydatki poniesione w okresie realizacji zadania, nie wcześniej niż od dnia zawarcia umowy i nie później niż 31 grudnia 2026 r.

Koszty uważa się za poniesione wówczas gdy faktura (lub inny dokument księgowy o równoważnej wartości dowodowej) została wystawiona i zapłacona, a przedmiot został dostarczony/usługa została wykonana.

5. Koszty niekwalifikowalne

Zakres dofinansowania nie obejmuje między innymi:

- ? remontów, modernizacji i budowy obiektów,
- ? zakupu nieruchomości gruntowej, lokalowej, budowlanej,
- ? wydatki sfinansowane z innych źródeł,
- ? pokrycia kosztów utrzymania biura Oferenta jako realizatora zadania publicznego (w tym także wydatków na wynagrodzenia pracowników), o ile nie służą one bezpośrednio realizacji zadań w ramach projektu,
- ? kosztów związanych ze świadczeniami pieniężnymi wynikającymi z przepisów ustawy z dnia 12 marca 2024 r. o pomocy społecznej (Dz. U. z 2025 r. poz. 122, z późn. zm.), ustawy z dnia 13 czerwca 2003 r. o zatrudnieniu socjalnym (Dz. U. z 2025 r. poz. 1718, z późn. zm.), ustawy z dnia 20 marca 2025 r. o rynku pracy i służbach zatrudnienia (Dz. U. poz. 620),
- ? spłaty zaległych zobowiązań finansowych Oferenta,
- ? podatku od towarów i usług (VAT), jeżeli może zostać odliczony w oparciu o ustawę z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2024 r. poz. 775, z późn. zm.),
- ? zakupu środków trwałych o wartości początkowej przekraczającej 10 tys. złotych (w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 15 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r. poz. 120, z późn. zm.), oraz art. 16a ust. 1 w zw. z art. 16d ust. 1 ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz. U. z 2025r. poz. 278, z późn. zm.), w tym:
 - o urządzeń o wartości powyżej 10 000 zł,
 - o aplikacji i stron internetowych o wartości powyżej 100 000 zł
 - o dóbr prawnych powyżej 10 000 zł,
- ? odsetek z tytułu niezapłaconych w terminie zobowiązań,
- ? leasingu,
- ? rezerw na pokrycie przyszłych strat lub zobowiązań,
- ? odsetek z tytułu niezapłaconych w terminie zobowiązań,
- ? kosztów kar i grzywien,
- ? kosztów procesów sądowych (z wyjątkiem spraw prowadzonych w interesie publicznym),
- ? nagród, premii, ekwiwalentów za niewykorzystany urlop i innych form bonifikaty rzeczowej lub finansowej dla osób zajmujących się realizacją zadania,
- ? zakupu napojów alkoholowych,
- ? wpłat na PFRON,

- ☐ podatków i opłat z wyłączeniem podatku dochodowego od osób fizycznych, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, składek na Fundusz Pracy, Fundusz Solidarnościowy oraz Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, Pracownicze Plany Kapitałowe,
- ☐ kosztów wyjazdów służbowych osób zaangażowanych w realizację projektu na podstawie umowy cywilnoprawnej, chyba że umowa ta określa zasady i sposób podróży służbowych,
- ☐ dobra prawne o wartości powyżej 10 000 zł (autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje itp.), których przewidywany okres użytkowania jest dłuższy niż okres realizacji dotowanego zadania oraz zostały przeznaczone na potrzeby własne jednostki lub oddane do użytkowania na podstawie umów najmu czy dzierżawy.

6. Kwalifikowalność podatku VAT

W przypadku, kiedy Oferent nie ma możliwości odzyskania podatku VAT, wszelkie koszty wskazane w kosztorysie są kosztami brutto, co oznacza, że w takiej sytuacji podatek VAT jest kosztem kwalifikowalnym. Natomiast w sytuacji, kiedy Oferent jest uprawniony do odzyskania podatku VAT, ustala w kosztorysie koszty netto w tym zakresie, a podatek VAT jest w takiej sytuacji kosztem niekwalifikowalnym, zgodnie z pkt 5 tiret 7.

IV. JAK UBIEGAĆ SIĘ O PRYZNANIE DOTACJI?

1. Ogłoszenie konkursu

Minister ogłasza otwarty konkurs ofert:

- 1) w Biuletynie Informacji Publicznej;
- 2) na stronie internetowej Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

2. Złożenie oferty

- 1) Prawidłowe złożenie oferty musi nastąpić na formularzu określonym we wzorze oferty umieszczonym w części C Regulaminu – dokumentacja konkursowa, na adres do doręczeń elektronicznych Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej za pośrednictwem systemu e-Doręczeń z wykorzystaniem profilu zaufanego albo za pomocą bezpiecznego podpisu elektronicznego weryfikowanego certyfikatem kwalifikowanym. Złożone podpisy (podpis) muszą być zgodne ze sposobem reprezentacji ujawnionym w odpowiednim rejestrze lub innej ewidencji przez osoby uprawnione do tego. Ofertę należy przelać z dopiskiem: Kampania społeczna promująca rodzicielstwo edycja 2026.

Wymagane jest złożenie oferty w formie elektronicznej w terminie wskazanym na ogłoszeniu Konkursu. O złożeniu oferty w terminie decyduje data wpływu do resortu poprzez system e-Doręczeń.

- 2) Złożenie oferty na powierzenie realizacji zadania publicznego nie jest równoznaczne z zapewnieniem przyznania dotacji lub z przyznaniem dotacji we wnioskowanej wysokości.
- 3) Oferent samodzielnie określa harmonogram i kosztorys realizacji zadania uwzględniając ramowy harmonogram określony we wzorze umieszczonym w części C Regulaminu – dokumentacja konkursowa.

- 4) Obowiązkowe jest wypełnienie wszystkich pól i tabel w ofercie, w szczególności tabeli z dodatkowymi informacjami dotyczącymi rezultatów realizacji zadania, ze wskazaniem wskaźników rezultatu, sposobu monitorowania oraz źródła informacji o osiągnięciu wskaźnika. Rezultaty muszą być weryfikowalne i mierzalne (należy wskazać miarę, skalę oraz moment ich pomiaru) i uwzględniać wskaźniki określone w pkt 5. Rezultaty są wynikiem działań, a nie działaniem.
- 5) Brak osiągnięcia wskaźnika oznacza wykorzystanie dotacji lub części dotacji niezgodnie z przeznaczeniem.
- 6) W kalkulacji przewidywanych kosztów realizacji zadania należy wpisać wszystkie działania, które zaplanowane zostały do realizacji. Kosztorys zadania musi być czytelny, spójny z planem działań i harmonogramem.
- 7) Oferent zobowiązany jest do wskazania w ofercie czy kosztorys zadania uwzględnia podatek VAT, czy też nie.
- 8) W ramach oferty oferent przedstawi:
 - ☐ założenia do ewaluacji ex ante
 - ☐ opis pomysłu kreatywnego - wraz z uzasadnieniem, w jaki sposób odnosi się on do grupy docelowej, w jaki sposób realizuje cele kampanii.
 - ☐ ton i styl komunikacji – zdefiniowanie języka kampanii, charakteru przekazu, poziomu formalności, emocjonalności, autentyczności, zgodnie z oczekiwaniami i wytycznymi przedstawionymi w niniejszym regulaminie.
 - ☐ dobór kanałów komunikacji i narzędzi promocyjnych – określenie, które media i narzędzia zostaną wykorzystane (media społecznościowe, influencer marketing, digital display, działania PR itp.) wraz z uzasadnieniem wyboru.
 - ☐ szczegółowy plan i harmonogram przebiegu realizacji zadania publicznego.
 - ☐ określenie osiągnięcia planowanych efektów (rezultatów) oraz wskaźników.

3. Załączniki do oferty

Do oferty można dołączyć prezentację na temat zrealizowanych wcześniej kampanii społecznych prowadzonych stronach internetowych, których szczegółowy opis należy umieścić w ofercie (w „Informacji o wcześniejszej działalności Oferenta”). Prezentacja ma charakter fakultatywny i powinna spełniać poniższe wytyczne.

- 1) Format i wielkość pliku – pdf, maksymalnie 10 MB.
- 2) Liczba stron: do 15 stron.
- 3) Opisy wskazanych kampanii
- 4) Niezbędne informacje:
 - ☐ główny cel kampanii lub projektu,
 - ☐ hasło i przekaz kampanii lub projektu,
 - ☐ grupa docelowa,
 - ☐ narzędzia i kanały komunikacji,
 - ☐ przykładowe materiały reklamowe (grafiki i zdjęcia).

4. Oświadczenia w ofercie

Na każdym etapie realizacji konkursu Minister może zażądać od Oferenta przedstawienia dokumentacji potwierdzającej informacje zawarte w oświadczeniach. Złożenie oświadczenia niezgodnego ze stanem faktycznym lub prawnym będzie skutkować niepodpisaniem z Oferentem umowy bądź obowiązkiem zwrotu dotacji jako udzielonej nienależnie.

Każdy Oferent zobowiązany jest do złożenia oświadczenia, że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego Oferenta;
- 2) składając ofertę w Konkursie nie zalega z opłacaniem zobowiązań podatkowych;
- 3) składając ofertę w Konkursie nie zalega z opłacaniem zobowiązań z tytułu składek na ubezpieczenie społeczne, zdrowotne, Fundusz Pracy i Fundusz Solidarnościowy oraz Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych;
- 4) dane dotyczące Oferenta są zgodne z danymi udostępnionymi w Krajowym Rejestrze Sądowym bądź w innej ewidencji, w której jest zarejestrowany;
- 5) wszystkie informacje podane w ofercie oraz załącznikach są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym;
- 6) w zakresie związanym z Konkursem, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których dotyczą te dane, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych;
- 7) oświadczenie o braku współpracy z przedstawicielami reżimu rządzącego w Federacji Rosyjskiej lub Republice Białorusi, oraz braku wpisu na listę osób i podmiotów prowadzoną przez ministra właściwego do spraw wewnętrznych, publikowaną w Biuletynie Informacji Publicznej ministra właściwego do spraw wewnętrznych, wobec których są stosowane środki przewidziane ustawą z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. z 2025 r. poz. 514).

5. Wskaźniki

Przewiduje się, że budowanie pozytywnego wizerunku rodzicielstwa będzie realizowane poprzez osiągnięcie następujących wskaźników:

Przez podmiot który otrzyma dofinansowanie:

1. Przeprowadzenie ewaluacji ex ante przed realizacją Kampanii społecznej w 2026 r. – wartość docelowa: 1.
2. Wytworzenie produktów materialnych i niematerialnych składających się łącznie z:
 - a) projektu materiału audiowizualnego z udziałem ambasadorów (influenserów): np. spoty kampanijne, podcasty, wywiady, wydarzenia, krótkie formaty social media, wideo edukacyjne lub storytellingowe,
 - b) projektu treści i grafik do wykorzystania w social mediach,

- c) projektu grafik informacyjnych: plakaty, ulotki, banery, broszury w wersji elektronicznej,
będących spójnymi pakietami produktu.
- wartość docelowa: łącznie nie mniej niż 6 pakietów.
3. Szczegółowy plan i harmonogram przeprowadzenia ogólnopolskiej kampanii społecznej – wartość docelowa: 1.
 4. Przeprowadzenie ogólnopolskiej Kampanii społecznej z wykorzystaniem produktów wytworzonych w pkt. 2 – wartość docelowa: 1.
 5. Liczba kanałów komunikacyjnych wykorzystanych w Kampanii – wartość docelowa: co najmniej 5.

V. PROCEDURA OCENY OFERT I PRYZNANIA DOTACJI

1. Ocena formalna

SYSTEM 0 – 1

NIE – oferta nie spełnia kryterium oceny formalnej

TAK – oferta spełnia kryterium oceny formalnej

Lp.	Kryteria oceny formalnej	TAK/ NIE
1.	Oferta została złożona przez uprawniony podmiot.	
2.	Oferta została przesłana w terminie.	
3.	Oferta jest zgodna z celem konkursu.	
4.	Oferta złożona na prawidłowym w pełni wypełnionym wzorze.	
5.	Oferta jest kompletna (zawiera wszystkie wymagane załączniki).	
6.	Oferta zawiera prawidłowe podpisy (zgodnie z reprezentacją ujawnioną w rejestrze lub innej ewidencji).	
Ocena ostateczna	Oferta spełnia/nie spełnia wymogów oceny formalnej Tak – 1 pkt, NIE* – 0 pkt	

***Jedna odpowiedź „NIE” oznacza, że oferta nie spełnia wymogów formalnych i nie podlega dalszej ocenie.**

Poszczególne kryteria formalne będą weryfikowane na etapie oceny formalnej poprzedzającej etap oceny merytorycznej. W wyniku oceny formalnej oferta może zostać:

- ☐ **zakwalifikowana do oceny merytorycznej** – w przypadku spełnienia wszystkich kryteriów formalnych;
- ☐ **odrzucona** – w przypadku niespełnienia któregośkolwiek z kryteriów formalnych lub nieuzupełnienia w terminie wymaganych oświadczeń.

2. Ocena merytoryczna

Ocenie merytorycznej podlegają oferty spełniające kryteria formalne. Ocena merytoryczna dokonywana jest przez Ministra, na podstawie opinii Komisji Konkursowej. Opinia Komisji Konkursowej ma postać punktacji wraz z uzasadnieniem oraz propozycją kwoty dofinansowania.

Lp.	Kryteria oceny merytorycznej	Maksymalna ocena punktowa
1.	Zgodność pomysłu kreatywnego, tonu i stylu komunikacji z celami konkursu Stopień, w jakim pomysł kreatywny przyczynia się do budowania pozytywnego wizerunku rodzicielstwa oraz wzrostu świadomości na temat istniejących rozwiązań i instrumentów wspierających rodzicielstwo wraz z uzasadnieniem (0-10) 0–2 pkt – pomysł nie odnosi się wystarczająco do celu konkursu; brak związku z tematyką rodzicielstwa lub nie uwzględniono założeń kampanii. 3–4 pkt – pomysł w niewielkim stopniu odnosi się do celu konkursu; mały związek z tematyką rodzicielstwa; niejasny przekaz dotyczący wsparcia rodziców. 5–6 pkt – pomysł częściowo realizuje cel konkursu; odnosi się do rodzicielstwa; przekaz ogólny lub mało angażujący; wskazane nieliczne formy wsparcia. 7–8 pkt – pomysł dobrze wpisuje się w temat konkursu; w czytelny i zrozumiały sposób buduje pozytywny obraz rodzicielstwa; pokazuje konkretne przykłady dostępnych form wsparcia dla rodziców; przekaz jest zrozumiały i dopasowany do odbiorcy. 9–10 pkt – pomysł realizuje cel konkursu; w kreatywny sposób ukazuje pozytywny obraz rodzicielstwa; opisuje szeroki wachlarz dostępnych rozwiązań dla rodziców; komunikacja jasna i zrozumiała.	10
2.	Adekwatność doboru kanałów komunikacji i narzędzi promocyjnych Adekwatność doboru kanałów komunikacji i narzędzi promocyjnych do grup docelowych wraz z uzasadnieniem (0-10) 0–2 pkt – kanały i narzędzia w niewielkim stopniu odpowiadają grupie docelowej; ograniczona skuteczność komunikacji; 3–4 pkt – częściowo odpowiednie kanały/narzędzia; ograniczony zasięg lub skuteczność komunikacji. 5–6 pkt – kanały i narzędzia w większości adekwatne do grupy docelowej; komunikacja zrozumiała dla większości odbiorców, ale nie w pełni angażująca grupę docelową. 7–8 pkt – dobrze dobrane kanały i narzędzia; skuteczna i zrozumiała komunikacja; dobór narzędzi umożliwia efektywne dotarcie do grupy docelowej.. 9–10 pkt – kanały i narzędzia idealnie dopasowane; komunikacja maksymalnie efektywna i angażująca dla grupy docelowej.	10
3.	Diagnoza i analiza potrzeb	10

	Oparcie oferty na danych demograficznych i wynikach badań (0-10) 0–2 pkt – odniesienie do badań demograficznych lub do badań jest bardzo ograniczone; oferta w niewielkim stopniu odpowiada potrzebom odbiorców; analiza danych jest niekompletna. 3–4 pkt – analiza częściowa; dane i badania użyte fragmentarycznie; oferta odpowiada potrzebom grupy tylko w wybranych aspektach; potencjał badań i danych nie został w pełni wykorzystany. 5–6 pkt – oferta oparta w większości na danych i wynikach badań; umiarkowane dopasowanie do potrzeb grupy docelowej. 7–8 pkt – dobra diagnoza i analiza; oferta dobrze odpowiada potrzebom i wykorzystuje wiarygodne dane. 9–10 pkt – analiza dokładna i kompleksowa; oferta w pełni oparta na danych i badaniach; bardzo dobrze dopasowana do potrzeb grupy docelowej.	
4.	Realność harmonogramu Jasny, spójny i wykonalny plan działań w zaplanowanym czasie (0-10) 0–2 pkt – harmonogram ogólny, niejasny, większość etapów może być nierealna do osiągnięcia w wyznaczonym czasie; ograniczona spójność między zadaniami. 3–4 pkt – plan częściowo zrozumiały; niektóre zadania są realne do zrealizowania; spójność między zadaniami częściowo zachowana. . 5–6 pkt – harmonogram w większości jasny i spójny; większość działań możliwa do realizacji w przewidzianym czasie; 7–8 pkt – dobrze opracowany plan; działania spójne i realne do wykonania w przewidzianym czasie; plan umożliwia sprawną realizację projektu 9–10 pkt – harmonogram jasny, logiczny i w pełni wykonalny; plan działań realistyczny i zoptymalizowany czasowo.	10
5.	Kadra i jej doświadczenie Doświadczenie zespołu w prowadzeniu kampanii społecznych, działań promocyjnych, zarządzaniu stroną internetową (0-10) 0–2 pkt – zespół posiada minimalne doświadczenie w zakresie kampanii społecznych, promocji i zarządzania stronami internetowymi. 3–4 pkt – doświadczenie zespołu ograniczone lub częściowo adekwatne; możliwe trudności w realizacji działań. 5–6 pkt – zespół ma doświadczenie w większości wymaganych obszarów; umiarkowane kompetencje do realizacji kampanii. 7–8 pkt – zespół dobrze przygotowany; doświadczenie adekwatne i wystarczające do prowadzenia działań. 9–10 pkt – zespół wysoko wykwalifikowany i doświadczony we wszystkich kluczowych obszarach; duże prawdopodobieństwo skutecznej realizacji działań.	10
6.	Efektywność kosztowa Racjonalność, adekwatność do założeń projektowych zaplanowanych kosztów oraz precyzja i brak błędów w kosztorysie (0-10) 0–2 pkt – koszty zbyt ogólne, nieprecyzyjne i nieadekwatne do działań; kosztorys zawiera błędy lub jest nieracjonalny. 3–4 pkt – częściowa racjonalność kosztów; drobne błędy w kosztorysie; ograniczona adekwatność do założeń projektu	10

	5–6 pkt – koszty w większości adekwatne; kosztorys poprawny, choć nie w pełni precyzyjny; racjonalność umiarkowana. 7–8 pkt – koszty racjonalne i adekwatne do działań; kosztorys precyzyjny i spójny z założeniami projektu. 9–10 pkt – koszty w pełni racjonalne, zoptymalizowane i adekwatne; kosztorys kompletny, precyzyjny i bezbłędny.	
7.	Wskaźniki i rezultaty Osiągnięcie wskaźników na poziomie równym lub większym niż określonym w Regulaminie – adekwatne do planowanego zadania publicznego. (0-10) 0–2 pkt – wskaźniki częściowo określone lub nieadekwatne, nierealistyczne lub niezgodne z Regulaminem; niewielkie powiązanie z planowanym zadaniem. 3–4 pkt – wskaźniki częściowo adekwatne; trudne do osiągnięcia lub tylko częściowo związane z zadaniem. 5–6 pkt – wskaźniki w większości adekwatne; możliwe do osiągnięcia; umiarkowane powiązanie z zadaniem. 7–8 pkt – wskaźniki dobrze dopasowane; realistyczne i spójne z planowanym zadaniem. 9–10 pkt – wskaźniki w pełni adekwatne, ambitne, realistyczne i w pełni zgodne z Regulaminem; silne powiązanie z zadaniem.	10

Maksymalna liczba punktów w ramach oceny merytorycznej jaką można w sumie uzyskać po dokonaniu oceny merytorycznej wynosi 70 punktów.

Łączna ocena oferty konkursowej: za ocenę formalną (1 pkt) oraz ocenę merytoryczną (max. 70 pkt) wynosi maksymalnie 71 punktów.

3. Procedura przyznania dotacji

- 1) Minister może odwołać nabór wniosków ogłoszony w ramach Konkursu, w szczególności w przypadku braku środków finansowych.
- 2) Realizacja zadania publicznego może odbywać się wyłącznie po zawarciu umowy, która szczegółowo reguluje warunki i sposób realizacji zadania.
- 3) W przypadku przyznania dotacji przez Ministra, Oferent otrzyma od Przedstawiciela DD w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej informację o dalszych krokach zmierzających do zawarcia umowy, na adres mailowy wskazany w ofercie. Oferent będzie zobowiązany w terminie 3 dni od dnia przekazania stosownych instrukcji przez Przedstawiciela DD w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, na przesłanie odpowiedzi oraz zaktualizowanych dokumentów. Brak kontaktu ze strony Oferenta w ww. terminie może zostać uznany za rezygnację z podpisania umowy.
- 4) W przypadku unieważnienia konkursu braku ofert spełniających wymogi zawarte w ogłoszeniu, Minister może ogłosić nowy konkurs.

4. Ogłoszenie wyników Konkursu

Komisja Konkursowa zaopiniuje złożone oferty i przedłoży Ministrowi projekt rekomendowany do dofinansowania.

Minister, na podstawie opinii przedstawionej przez Komisję Konkursową, dokona oceny złożonych ofert oraz podejmie decyzję o przyznaniu dofinansowania oraz jego wysokości.

Wyniki konkursu zostaną podane do wiadomości publicznej poprzez zamieszczenie na stronie podmiotowej Ministra w Biuletynie Informacji Publicznej.

VI. DOFINANSOWANIE OFERTY

1. Czynności poprzedzające zawarcie umowy

Kwota dotacji przyznana przez Ministra jest kwotą ostateczną i nie może zostać zwiększona. Przyjęcie oferty do realizacji oraz przyznanie dotacji we wnioskowanej kwocie nie jest tożsame z ostateczną akceptacją kalkulacji przewidywanych kosztów i harmonogramu. W przypadku niewypełnienia wszystkich zadań ujętych w ofercie Minister po dokonaniu oceny oferty zastrzega sobie prawo do obniżenia dotacji. W przypadku przyznania dotacji przez Ministra, Oferent otrzyma od Przedstawiciela DD informację o dalszych krokach zmierzających do zawarcia umowy, na adres mailowy wskazany w ofercie. Oferent będzie obowiązany w terminie 3 dni od dnia przekazania stosownych instrukcji przez Przedstawiciela DD, dostarczyć do MRPiPS oryginały oferty oraz egzemplarze podpisanej przez uprawnione osoby umowy. Oferent może także podpisać umowę kwalifikowanym podpisem elektronicznym.

Ponadto Oferent ma obowiązek dostarczyć wraz z umową następujące dokumenty, tylko w przypadku jeśli zachodzi potrzeba ich zaktualizowania:

- a) wskazane niżej dokumenty tj.: zaktualizowany harmonogram działań, zaktualizowana kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania, zaktualizowany opis poszczególnych działań w 3 egzemplarzach, jeżeli w ramach rozstrzygania konkursu, MRPiPS zwróci się o to do Oferenta (termin realizacji zadania określony w załącznikach musi być tożsamy co do konkretnego dnia z terminem określonym w umowie), każdy podpisany przez osoby uprawnione, stanowiące załączniki do umowy. Przed podpisaniem umowy ww. dokumenty powinny być dostosowane do przyznanej dotacji, prawidłowo wypełnione i zgodne ze specyfikacją zadań wymienionych w ofercie (w celu prawidłowego dostosowania należy przed wysłaniem dokumentów skontaktować się za pośrednictwem poczty elektronicznej z Przedstawicielem DD),
- b) poświadczoną za zgodność z oryginałem kopię aktualnego odpisu z rejestru lub ewidencji potwierdzającej status prawny Oferenta i umocowanie osób reprezentujących,
- c) poświadczoną za zgodność z oryginałem kopię stosownego pełnomocnictwa w przypadku, gdy realizatorem projektu ma być oddział terenowy nieposiadający osobowości prawnej (data udzielenia pełnomocnictwa nie może być późniejsza niż data złożenia oferty),
- d) w przypadku reprezentacji podmiotu składającego ofertę przez osobę upoważnioną, upoważnienie pisemne do działania w imieniu Oferenta obejmujące umocowanie do wszelkich czynności z tym związanych.

Umowa, oferta oraz wszelkie wymagane Regulaminem dokumenty powinny być czytelnie podpisane przez osobę lub osoby uprawnione do składania w imieniu Oferenta oświadczeń woli, zgodnie z zasadami reprezentacji (tj. podpisane przez osobę lub osoby wskazane do reprezentacji w dokumencie rejestrowym lub upoważnionego pełnomocnika w załączonym do

oferty pełnomocnictwie lub potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez Oferenta jego kopii). Za czytelne uważa się podpisy złożone w formie pieczęci imiennej wraz z podpisem odręcznym lub nie budzącym wątpliwości co do imienia i nazwiska podpis odręczny.

Dopuszcza się możliwość podpisywania kwalifikowanym podpisem elektronicznym.

2. Procedura zawarcia umowy

- a) Dotacja udzielana jest na podstawie umowy.
- b) Stroną umowy może być jedynie podmiot prawa posiadający zdolność do czynności prawnych.
- c) Umowa, jeśli będzie zawierana w wersji papierowej, powinna zostać przesłana do DD, na adres ul. Nowogrodzka 1/3/5, 00-513 Warszawa lub złożona osobiście w Kancelarii MRPiPS. W przypadku umowy zawieranej elektronicznie, podpisanej kwalifikowanym podpisem elektronicznym konieczne będzie przekazanie jej na adres mailowy: sekretariat.dd@mrpips.gov.pl oraz za pośrednictwem systemu e-Doręczeń MRPiPS.
- d) Niezłożenie w komplecie żądanych dokumentów niezbędnych do skutecznego zawarcia umowy będzie potraktowane jako rezygnacja z ubiegania się o dofinansowanie realizacji zadania ze środków przeznaczonych na konkurs.
- e) Po przekazaniu umowy do MRPiPS podlega ona procedurze weryfikacji przez komórki właściwe ze względu na obsługę merytoryczną, prawną oraz finansową, a po uzyskaniu ich akceptacji umowa zostaje przedłożona do podpisu Ministrowi lub osobie przez niego upoważnionej.
- f) Umowa o dofinansowanie realizacji zadania publicznego nie zostanie podpisana z Oferentem w przypadku:
 - ☐ Stwierdzenia, że oświadczenia Oferenta, którego projekt został przeznaczony do dofinansowania, są niezgodne ze stanem faktycznym, nie zostały przedłożone wszystkie wymagane dokumenty lub z przedłożonych dokumentów wynika, że Oferent nie spełnia warunków uczestnictwa w konkursie.

3. Przekazanie środków

Przekazanie środków finansowych na numer rachunku bankowego podany w umowie następuje po podpisaniu jej przez ostatnią ze Stron.

Zleceniobiorca jest zobowiązany do wyodrębnienia rachunku bankowego (lub subkonta) do obsługi środków pochodzących z dotacji na obsługę projektu i w ramach realizacji zadania. Oferent jest zobowiązany do dokonywania wszystkich transakcji ze wskazanego w umowie, wyodrębnionego rachunku bankowego (lub subkonta).

Przekazanie środków finansowych nastąpi przelewem w dwóch transzach na rachunek bankowy wskazany w umowie.

Zleceniobiorca musi być jedynym posiadaczem wskazanego rachunku bankowego oraz jest zobowiązany do prowadzenia wyodrębnionej ewidencji księgowej operacji związanych z realizacją zadania, zgodnie z zasadami wynikającymi z UoR, w sposób umożliwiający identyfikację poszczególnych operacji księgowych i ich jednoznaczne powiązanie z realizowanym zadaniem.

VII. REALIZACJA ZADANIA PUBLICZNEGO

1. Przetwarzanie danych osobowych

Przetwarzanie danych osobowych w Konkursie powinno odbywać się zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1, Dz. Urz. UE L 127 z 23.05.2018, str. 2 oraz Dz. Urz. UE L 74 z 04.03.2021, str. 35), zwanym dalej „RODO”, i ustawą z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1781).

Każdy z podmiotów realizujących projekt, tj. Minister oraz realizator Konkursu, jest administratorem w rozumieniu przepisu art. 4 pkt 7) RODO i realizuje we własnym zakresie i na własną odpowiedzialność, obowiązki wynikające z RODO.

Minister przetwarza służbowe dane osobowe pracowników realizatorów Konkursu. Zakres przetwarzanych służbowych danych osobowych to: imię, nazwisko, zajmowane stanowisko, miejsce pracy, numer telefonu, adres e-mail;

Realizator przetwarza dane osobowe: służbowe, pracowników Ministerstwa. Zakres przetwarzanych służbowych danych osobowych to: imię, nazwisko, zajmowane stanowisko, miejsce pracy, numer telefonu, adres e-mail;

Za realizację obowiązku informacyjnego, o którym mowa w art. 13 i 14 RODO, pełną odpowiedzialność ponosi Zleceniobiorca.

Zleceniobiorca oświadcza, że ponosi wyłączną odpowiedzialność wobec osób trzecich za szkody powstałe w związku z realizacją umowy.

Dane osób fizycznych przetwarzane przez Zleceniobiorcę, mogą być udostępniane Ministrowi m.in. do celów sprawozdawczych czy kontrolnych. Wobec powyższego Zleceniobiorca jest zobowiązany poinformować ww. osoby o możliwości przekazania danych osobowych Ministrowi, jako odrębnemu administratorowi, do celów monitoringu i kontroli w ramach realizowanego projektu oraz przekazać w takim przypadku klauzulę informacyjną w imieniu Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

2. Dopuszczalne przesunięcia w kosztorysie

Zleceniobiorca realizując projekt, powinien dokonywać wydatków zgodnie z umową i kosztorysem stanowiącym załącznik do tej umowy.

W toku realizacji projektu dopuszcza się samodzielne dokonywanie przesunięć w kosztorysie, jednak z zastrzeżeniem, że przesunięcia pomiędzy pozycjami w kosztorysie są dopuszczalne w ramach danej kategorii zaplanowanych kosztów. Kategoria rozumiana jest jako każde działanie grupujące pojedyncze pozycje przypisane do danego działania, wskazującego rodzaj kosztów w kosztorysie. Łączna kwota tych przesunięć nie może być większa niż 5% łącznej kwoty przewidzianej na dane działania.

Przesunięcia w kosztorysie inne niż wyżej wymienione wymagają sporządzenia aneksu do umowy.

Jednocześnie wszystkie przesunięcia nie mogą skutkować przekroczeniem progu określonego dla kosztów administracyjnych (maksymalnie do 5% dotacji). Naruszenie tego postanowienia uważa się za pobranie części dotacji w nadmiernej wysokości.

3. Zasady zmiany w treści umowy

Kosztorys, harmonogram i oferta stanowią integralną część umowy.

Termin realizacji projektu jest ściśle określony i nie podlega zmianie.

Zmiana treści (np. wprowadzenie nowej pozycji do kosztorysu, rezygnacja z zaplanowanej pozycji, obniżenie środków własnych) wymaga zawarcia aneksu do umowy.

Przesunięcia kosztów pomiędzy poszczególnymi pozycjami w danej kategorii powyżej 5%, a także każde przesunięcie pomiędzy kategoriami rozumianymi jako działanie, wymaga zawarcia aneksu do umowy.

Zmiany w harmonogramie realizacji zadań nie wymagają aneksu, a jedynie akceptacji zgłoszenia Zleceniodawcy; pod warunkiem, że nie naruszają okresu realizacji projektu. Zleceniobiorca zgłasza Zleceniodawcy informację o zaistniałych zmianach poprzez mailowe zgłoszenie wraz z uzasadnieniem w trakcie realizacji zadania i adnotację w sprawozdaniu (w Części III Dodatkowe informacje).

Przesunięcia w poszczególnych pozycjach kosztorysu, o których mowa w ust. 3, niewiążące się ze zmianą kwoty dofinansowania, nie wymagają aneksu do umowy, a jedynie akceptacji zgłoszenia Zleceniodawcy najpóźniej na miesiąc przed złożeniem sprawozdania na adres mailowy sekretariat.dd@mrpips.gov.pl. Informacje te powinny być zawarte w sprawozdaniu (w Część III Dodatkowe informacje);

Korekta opisu pozycji i związane z nią zmiany: rodzaju miary, ceny i liczby jednostek, nie wymagają aneksu do umowy, a jedynie akceptacji zgłoszenia Zleceniodawcy najpóźniej na miesiąc przed złożeniem sprawozdania na adres mailowy sekretariat.dd@mrpips.gov.pl. Zmiany uznaje się za dokonane, jeżeli w terminie 21 dni od ich dostarczenia do Zleceniodawcy, Zleceniodawca nie zgłosi do nich uwag.¹ Informacje te powinny być zawarte w sprawozdaniu (w Części III Dodatkowe informacje).

Zmiany osobowe w zakresie personelu realizującego projekt również nie wymagają aneksu do umowy, ale mogą odbywać się wyłącznie za zgodą Zleceniodawcy. Nowe osoby nie mogą mieć niższych kwalifikacji niż te, które zastępują. Zmiany osobowe wymagają mailowego zgłoszenia do Zleceniodawcy najpóźniej na miesiąc przed złożeniem sprawozdania na adres mailowy sekretariat.dd@mrpips.gov.pl. Informacje te powinny być zawarte w sprawozdaniu (w Części III Dodatkowe informacje).

Zmiany dotyczące: nazwy Zleceniobiorcy, siedziby Zleceniobiorcy, reprezentacji organizacji (zawarte w komparycji umowy) oraz w zakresie mailowego adresu kontaktowego nie wymagają aneksu do umowy, a jedynie akceptacji zgłoszenia Zleceniodawcy najpóźniej na miesiąc przed

¹ Uwagi mogą być zgłoszone w formie pisemnej lub w elektronicznej (z kwalifikowanym podpisem elektronicznym) przez osobę upoważnioną do działania w imieniu Zleceniodawcy. Za dzień zgłoszenia uwag przyjmuje się dzień nadania pisma w formie pisemnej w placówce pocztowej operatora wyznaczonego bądź dzień nadania pisma w formie elektronicznej z serwera Zleceniodawcy.

złożeniem sprawozdania na adres mailowy sekretariat.dd@mrpips.gov.pl. Informacje te powinny być zawarte w sprawozdaniu (w Części III Dodatkowe informacje).

Zmiana numeru rachunku bankowego bezwzględnie wymaga aneksu do umowy i zachowania trybu przewidzianego w umowie pod rygorem uznania dotacji za wykorzystaną niezgodnie z przeznaczeniem. Informacja ta powinna być zawarta w sprawozdaniu (w części III. Dodatkowe informacje).

Wszelkie pozostałe zmiany w treści umowy wymagają zawarcia aneksu do umowy.

Wszelkie zmiany, zarówno wymagające zawarcia aneksu do umowy, jak i te wymagające mailowego zgłoszenia, muszą być zgłaszane ze stosownym wyprzedzeniem uwzględniającym poszczególne etapy realizacji projektu.

Proponowane przez Zleceniobiorcę zmiany wiążące się z koniecznością zawarcia aneksu, wymagają uprzedniego złożenia wniosku do Zleceniodawcy o zawarcie aneksu do umowy nie później niż 60 dni przed zakończeniem realizacji zadania. W przypadku zgłoszenia zmian w terminie krótszym niż 60 dni, zgłoszenie takie będzie bezskuteczne. Pismo w tej sprawie należy przesłać pocztą elektroniczną na adres: W piśmie należy opisać proponowane zmiany wraz z uzasadnieniem. W odpowiedzi na pismo Zleceniodawca skontaktuje się drogą mailową z danym Zleceniobiorcą i po akceptacji zaproponowanej zmiany, sformułuje stosowny aneks.

Nie ma możliwości dokonywania zmian umowy na etapie przygotowywania sprawozdania (tj. po dacie zakończenia realizacji projektu).

4. Zasady dokonywania płatności w ramach zadania

Zleceniobiorca może dokonywać płatności w terminie realizacji zadania określonym w umowie, nie wcześniej niż w dniu zawarcia umowy oraz nie później niż w dniu 31 grudnia 2026 r. (zasada kasowości).

Zadanie publiczne w ramach Konkursu realizowane będzie w dwóch etapach. Etap pierwszy – obejmuje przygotowanie kampanii (opracowanie strategii, materiałów promocyjnych i medialnych) oraz Etap drugi – realizację działań kampanijnych w mediach i działaniach promocyjnych.

Zleceniobiorca nie może dokonywać płatności związanych z realizacją zadania zarówno ze środków przekazanych w ramach dotacji w terminach innych niż wskazane w umowie.

Umowa określa termin zwrotu niewykorzystanej części dotacji oraz numer rachunku bankowego, na który należy ją przekazać. W przypadku odsetek od kwot dotacji zwróconych po terminie, odsetki podlegają zwrotowi na rachunek bieżący dochodów budżetu państwa w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych.

5. Wytyczne w zakresie wypełniania obowiązków informacyjnych

Oferenci realizujący projekty w ramach konkursu są obowiązani do stosowania przepisów rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 r. w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub z państwowych funduszy celowych (Dz. U. z 2021 r. poz. 953, z późn. zm.), które określa m.in. rodzaje tych działań oraz sposób ich realizacji, w tym okres, w którym mają być realizowane. Ww. obowiązek informacyjny został określony w

art. 35a–35d ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1530, z późn. zm.)

Aby poinformować opinię publiczną (w tym odbiorców rezultatów projektu) oraz osoby i podmioty uczestniczące w projekcie o uzyskanym dofinansowaniu, Oferent jest obowiązany do:

- a) informowania, że zadanie jest finansowane albo współfinansowane ze środków otrzymanych od Zleceniodawcy w ramach Konkursu. Informacja na ten temat powinna się znaleźć we wszystkich materiałach, publikacjach, informacjach dla mediów, ogłoszeniach oraz wystąpieniach publicznych dotyczących realizowanego zadania publicznego. W przypadku braku stosownej informacji i logotypu Kampanii na wytworzonych materiałach, koszt poniesiony ze środków dotacji, związany z ich wytworzeniem może zostać uznany za niekwalifikowany. Logotyp Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej dostępny jest na stronie Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (<https://www.gov.pl/web/rodzina/logotypy-ministerstwa>).
- b) wypełniania obowiązków informacyjnych, które zostały określone w art. 35a i 35b ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2025 poz. 1483, z późn.zm.) zwana dalej ustawą o finansach publicznych) oraz w przepisach rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 r. w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub z państwowych funduszy celowych (Dz.U. z 2021 r., poz. 953, z późn. zm.).
- c) zamieszczenia stosownej informacji o dofinansowaniu wszystkich projektów na swojej stronie internetowej.

Koszt powyższych obowiązków ponosi Oferent. Jest to koszt kwalifikowany. Wytyczne w zakresie wypełniania obowiązków informacyjnych obowiązują Oferenta od momentu uzyskania dofinansowania.

Całość ww. wytycznych wraz z wzorami tablic, plakatów oraz materiałami graficznymi znajduje się na stronie internetowej <https://www.gov.pl/web/premier/promocja>.

VIII. Dysponowanie środkami uwolnionymi

W przypadku uwolnienia środków wynikającego z:

- 1) rezygnacji z realizacji projektu przez Oferenta, którego projekt otrzymał dofinansowanie;
 - 2) zaistnienia jednej z przesłanek do niezawarcia umowy,
- dofinansowanie może zostać przyznane kolejnemu Oferentowi z najwyższą oceną.

CZĘŚĆ B – ZASADY ROZLICZANIA DOTACJI I SPRAWOZDAWCZOŚĆ

I. ZASADY ROZLICZANIA DOTACJI

W ramach Konkursu Zleceniobiorca jest zobowiązany do wykorzystania przekazanych środków finansowych zgodnie z celem, na jaki je uzyskał i na warunkach określonych umową, w szczególności zgodnie z zatwierdzoną ofertą oraz zaktualizowanymi, stosownie do przyznanej dotacji, opisem zadania, harmonogramem i kosztorysem, stanowiącymi integralną część umowy oraz niniejszym Regulaminem.

Rozliczenie dotacji następuje zgodnie z obowiązującymi przepisami UoFP, umową oraz postanowieniami niniejszego Regulaminu.

Rozliczenie dotacji następuje na podstawie złożonego przez Zleceniobiorcę sprawozdania z wykonania zadania w ramach Konkursu.

Rozliczenie dotacji polega na weryfikacji przez Zleceniodawcę założonych w ofercie celów, rezultatów i działań. Realizacja założonych w ofercie celów, rezultatów i działań oznacza spełnienie przez Zleceniobiorcę warunków umowy.

W przypadku braku realizacji zakładanych celów, rezultatów i działań w zaplanowanym w ofercie zakresie, Zleceniodawca uznaje całość lub część dotacji za pobraną w nadmiernej wysokości i podlegającą zwrotowi.

W przypadku wykorzystania dotacji niezgodnie z przeznaczeniem, przez co rozumie się również wykorzystanie dotacji niezgodnie z zawartą umową, Regulaminem lub obowiązującymi przepisami prawa, Zleceniobiorca będzie zobowiązany do jej zwrotu wraz z odsetkami w wysokości określonej jak dla zaległości podatkowych, na zasadach określonych w przepisach o finansach publicznych.

W sprawach nieuregulowanych stosuje się przepisy UoFP.

II. SPRAWOZDANIE Z WYKONANIA ZADANIA W RAMACH KONKURSU

1. Termin i sposób rozliczenia przyznanej dotacji

Sprawozdanie z wykonania zadania publicznego dofinansowanego w ramach Konkursu należy obligatoryjnie dostarczyć:

w terminie do 30 dni od zakończenia realizacji zadania publicznego.

Sprawozdanie z wykonania zadania publicznego należy złożyć w formie elektronicznej, podpisane kwalifikowanych elektronicznym podpisem przez osobę do tego upoważnioną:

Sprawozdanie należy złożyć na adres do doręczeń elektronicznych MRPiPS za pośrednictwem systemu e-Doręczenia. W trakcie Kampanii Departament Demografii będzie monitorował realizowane prace. Zleceniobiorca jest zobowiązany do przedstawiania i uzyskania akceptacji poszczególnych produktów zaplanowanych i realizowanych w ramach Kampanii przed ich publikacją. Akceptacji udziela Departament Demografii. W ramach monitoringu realizacji zadania Zleceniobiorca

będzie zobowiązany do przedstawienia informacji na temat stanu realizacji zadania i zaprezentowania rezultatów osiągniętych na dany moment.

Kontrola obejmuje prawidłowość wykonania zadania przez Zleceniobiorcę oraz prawidłowość wydatkowania przekazanych środków finansowych. W szczególności kontroli podlegają rezultaty określone w ofercie, wypełnienie obowiązku informacyjnego oraz prawidłowość zamieszczonych oznaczeń zgodnie z art. 35a UoFP i logotypu Kampanii, a także prawidłowość wydatkowania przekazanych środków finansowych.

Monitoring i kontrola mogą być prowadzone zarówno w trakcie, jak i po zakończeniu realizacji zadania.

Prawo monitoringu i prawo kontroli przysługuje Zleceniodawcy zarówno w siedzibie Zleceniobiorcy, jak i w miejscu realizacji zadania publicznego oraz poprzez wykorzystanie elektronicznych form komunikacji.

2. Okres kontroli przyznanej dotacji

Uprawnienia organu do sprawowania kontroli prawidłowości wykonania zadania publicznego przysługują przez okres 5 lat, licząc od końca roku kalendarzowego, w którym realizowano zadanie publiczne.

CZĘŚĆ C – Załączniki

- ☐ Załącznik nr 1 Opis założeń do kampanii społecznej promującej rodzicielstwo
- ☐ Załącznik nr 2 Wzory ofert
- ☐ Załącznik nr 3 Oświadczenia
- ☐ Załącznik nr 4 Wzór sprawozdania
- ☐ Załącznik nr 5 Zaktualizowany harmonogram
- ☐ Załącznik nr 6 Zaktualizowana kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania
- ☐ Załącznik nr 7 Zaktualizowany opis poszczególnych działań
- ☐ Załącznik nr 8 - Wzór umowy o realizację zadania publicznego