

Konkurs ofert na realizację zadania publicznego
Akcja partnerska na portalach internetowych: informacja i edukacja na temat
działań rozwojowych (realizowanych przy wsparciu UE)

PYTANIA I ODPOWIEDZI – STAN NA 13 MAJA 2024 r.

1. Jaka jest polityka MFiPR dotycząca oznakowania na powstałych materiałach?

Materiały, które powstaną w projekcie, muszą zostać oznakowane. Zakres oznakowania zostanie każdorazowo uzgodniony z Oferentem. Oznakowanie będzie składało się co najmniej z informacji słownej: „Materiał powstał we współpracy z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej z Funduszu Rozwoju Regionalnego”. Każdorazowo będzie ono dopasowane do typu oznakowanego materiału.

2. Ile będzie trwała kolaudacja tekstów ze strony MFiPR?

Kolaudacja tekstów przekazanych przez Oferenta będzie odbywać się możliwie jak najszybciej, w terminie ok. 3 dni roboczych od przekazania materiału. W przypadku tekstów wymagających ze względów merytorycznych dalszych konsultacji (np. z Instytucjami Zarządzającymi) mogą zdarzyć się sytuacje, gdy termin ten ulegnie nieznacznemu wydłużeniu.

3. Czy obszar tematyczny dotyczący dostępności niesie za sobą obowiązek przestrzegania kontrastu na stronach Oferenta? Czy wersja kontrastowa strony internetowej Oferenta jest obowiązkowa podczas zamieszczania treści?

Narzędzia do zmiany kolorystyki strony internetowej nie są wymagane.

Rekomendujemy zapoznanie się z poniższą informacją

<https://www.gov.pl/web/dostepnosc-cyfrowa/czy-wersja-kontrastowa-strony-internetowej-jest-niezbedna>

4. W związku z koniecznością kolaudacji przygotowanych materiałów czy procedura przewiduje działania LIVE tj. transmisja na żywo, debata itp.?

Za research przygotowanie materiałów odpowiadać będzie Państwa zespół projektowy. Każdorazowo przed emisją będziemy je jednak kolaudować pod kątem spełniania wymogów dostępności, prostego języka oraz merytorycznej poprawności. Nie wyklucza to jednak planowania działań na żywo. Wówczas weryfikacji będzie podlegać program takiego wydarzenia, lista prelegentów czy scenariusz spotkania, itp.

5. W jaki sposób weryfikować będą Państwo doświadczenie realizacyjne zespołu projektowego?

Doświadczenie członków zespołu projektowego powinno zostać udokumentowane w formie, umożliwiającej Komisji Konkursowej jego ocenę, np. poprzez przedstawienie rekomendacji, listu referencyjnego, CV, protokołu odbioru zrealizowanej przez członka zespołu projektowego usługi itd.

6. Zapisy Regulaminu mówią że projekt powinien obejmować m.in. „obecność na stronie głównej głównego portalu Oferenta w górnych sekcjach tematycznych. Minimalny okres obecności na stronie głównej musi wynieść 10 dni w miesiącu”. W jaki sposób będzie liczony termin 10 dni (ile oznacza 10 dni?), w jakiej formie go dokumentować i czy dopuszczalne jest rozbieżność na widoczność na stronach głównych poszczególnych sekcji tematycznych w ramach grupy mediowej Oferenta?

Treści emitowane w ramach projektu muszą znajdować się na stronie głównej głównego portalu Oferenta (spełniającego warunki pkt II.1 Regulaminu). Emisja dodatkowych treści na dopasowanych tematycznie podstronach, która zwiększa atrakcyjność i zasięg projektu może być dodatkowo premiowana podczas oceny.

Przyjmujemy że obecność na stronie głównej będzie liczona godzinowo tj. 10 x 24 h (najczęściej emisja liczona jest od 24:00 do 24:00 następnego dnia).

Emisja treści na stronie głównej portalu w określonych przez Regulamin dniach / godzinach powinna zostać udokumentowana na potrzeby rozliczenia projektu w sposób, np. w formie screenów czy wyciągu z systemu, w zależności od możliwości technicznych czy praktyki przyjętej przez Oferenta.

7. Czy ekspert ds. FE może być „praktykiem”, prowadzącym np. działalność konsultingową?

Tak, taka osoba może zostać ekspertem ds. FE w ramach projektu. Podczas oceny Komisja Konkursowa każdorazowo badać będzie udokumentowane doświadczenie eksperta w dziedzinie FE i KPO. Własna działalność, np. konsultingowa, nie jest w tym zakresie przeszkodą.

Co istotne: w ramach projektu ekspert nie może wówczas promować własnej działalności.

8. Czy można zmienić eksperta FE w trakcie realizacji oferty?

W toku realizacji projektu Oferent może zmienić członków zespołu projektowego wyłącznie za zgodą Organizatora (wyrażoną w formie e-mailowej) na osoby o takich

samych lub wyższych kwalifikacjach. Zmiana taka nie może skutkować pogorszeniem rezultatów projektu.

9. Skoro kwota dotacji wynosi od 500 000 do 1 500 000, to czy w ramach konkursu przewidywany jest wybór jednego Oferenta czy współpraca z kilkoma podmiotami?

Zakładany budżet konkursu daje możliwość podpisania umów z kilkoma oferentami w ramach ogłoszonej procedury.

10. Jak rozumieć wskaźnik nr 4 ujęty w Formularzu Ofertowym pn. *Liczba interakcji (IR) użytkownika (UU) z reklamą - liczba kliknięć panelu/zajawki na SG portalu, które skutecznie przekierowały użytkownika do materiału contentowego.*

Należy przez to rozumieć liczbę osób, które kliknęła w reklamę (liczbę kliknięć).

11. Jak rozumieć wskaźnik nr 9 ujęty w Formularzu Ofertowym pn. *Współczynnik odrzuceń (BR) – zdefiniowany jako 35% wszystkich użytkowników, którzy spędzą co najmniej 30 sekund w artykule.*

Należy przez to rozumieć pojedynczy artykuł. W przypadku zliczania wskaźnika dla wszystkich artykułów, można wyciągnąć z niego średnią.

12. Czy można uznać za koszt kwalifikowalny zakup i wysyłkę nagród w konkursie oraz zakup bonów on-line?

Tak, oba te koszty stanowią koszt kwalifikowalny.

13. Co należy rozumieć przez stwierdzenie inne dokumenty równoważne we wzorze sprawozdania końcowego?

To dokumenty i dowody księgowe, które dokumentują poniesienie wydatków w ramach projektu, np. umowy zlecenia, umowy o dzieło, noty księgowe, rachunki, zestawienia dochodów itp.

14. Co oznacza że kosztem niekwalifikowalnym są koszty stałe utrzymania biura wykraczające poza potrzeby wynikające z zakresu projektu?

Oznacza to, że kosztem kwalifikowalnym nie mogą być takie koszty utrzymania biura, które Oferent ponosi niezależnie od realizacji projektu. Kosztem kwalifikowalnym może być np. koszt zapewnienia dodatkowego pomieszczenia biurowego dla zespołu projektowego, o ile jest to uzasadnione celem i zakresem projektu.

15. Zgodnie z regulaminem konkursu maksymalna kwota dofinansowania to 1 500 000 zł brutto. Prosimy o informację, czy w przypadku, gdy Wnioskodawca posiada czynny status podatnika VAT maksymalna kwota dofinansowania to kwota netto.

Wypełniając formularz ofertowy składają Państwo oświadczenie o możliwości odzyskania podatku VAT lub jej braku. W tym pierwszym przypadku wysokość podatku VAT nie powinna zostać uwzględniona w budżecie projektu, a co za tym idzie – koszt podatku VAT staje się wówczas kosztem niekwalifikowalnym. Minimalna i maksymalna kwota dofinansowania, o którą może się ubiegać taki Oferent, pozostają jednak wówczas niezmiennie, odpowiednio 500 000 zł oraz 1 500 000 zł.

Przypominamy także, że zgodnie z pkt VI.8 Regulaminu kwota podatku VAT podlegającego odliczeniu nie może stanowić wkładu własnego.

16. Czy materiał publikowany jako live musi posiadać transkrypcję oraz jak wygląda kwestia shortów z tych materiałów? Czy krótkie materiały, które służyć będą do późniejszych promocji materiału (który był live) muszą zawierać transkrypcję i jeśli tak, to na jakim poziomie?

W przypadku shortów montowanych po wydarzeniu prosimy o uwzględnienie napisów w materiale wideo (nie jest wymagana transkrypcja w formie osobnego pliku tekstowego).

Natomiast co do materiałów live: rekomendujemy rozważenie możliwości dodania napisów (np. w formie napisów na żywo), o ile nie zachodzą w tym zakresie techniczne ograniczenia.

17. Czy Oferent zobowiązany jest opłacać wskazane przez niego koszty z wyodrębnionego na ten cel rachunku, czy może koszty te opłacać z własnych rachunków (100%) a następnie na 90% kosztów kwalifikowanych uruchomić przelew z rachunku dotacyjnego?

Co do zasady wydatki związane z celem projektu płatne z dotacji powinny być ponoszone z rachunku wyodrębnionego na cel projektu. Refundacja z konta dotacyjnego wydatków opłaconych z innego rachunku jest jednak również

dopuszczalna. Proszę jednak pamiętać o wyodrębnionej ewidencji księgowej. Ważne jest także właściwe udokumentowanie poniesienia wydatku i refundacji, które pozwoli w toku kontroli na sprawdzenie, że dany wydatek (np. opłacenie faktury) został opłacony z innego rachunku, a potem zrefundowany z konta dotacyjnego. Oferent wówczas powinien np. określić w tytułach przelewów, których wydatków (np. przez podanie nr faktury) dotyczą, a do sprawozdania dołączyć do dowodu księgowego potwierdzenia obu przelewów.

18. Czy pkt 10 paragraf 4 Umowy - oznacza, że wkład własny, czyli 10% należy przelać na rachunek pod dotację?

Wydatki w ramach wkładu własnego mogą Państwo ponosić z dowolnego rachunku, nie przelewają ich Państwo na wyodrębniony rachunek bankowy (to zresztą rodziłoby wątpliwości w zakresie prawidłowego rozliczenia naliczonych odsetek od środków publicznych). Prosimy tylko pamiętać o właściwym udokumentowaniu poniesienia wkładu własnego, czyli np. dołączenia potwierdzenia przelewu z Państwa rachunku w razie opłacenia w ramach tej kwoty faktury, prawidłowym opisie dokumentów księgowych (który wskaże, że wydatek został poniesiony w ramach wkładu własnego) itd.

19. Czy formularz ofertowy może podpisać jedna osoba umocowana w KRS?

Zależy to od sposobu umocowania. Jeśli na podstawie KRS oświadczenia woli może składać w imieniu Państwa spółki jedna osoba, to jak najbardziej jest to właściwy sposób reprezentacji. Właściwość umocowania osoby podpisującej ofertę będzie badana podczas oceny formalnej.

20. Czy muszą zostać podpisane wszystkie załączniki jakie są dostępne w konkursie czy jedynie formularz oraz załączniki wymienione w formularzu?

O podpis prosimy przede wszystkim na formularzu ofertowym i tych załącznikach, które mają formę oświadczeń. Nie ma potrzeby składania podpisu np. na odpisie z KRS. W odpowiedzi na konkurs przesyłają Państwo podpisany formularz ofertowy wraz ze wskazanymi w nim załącznikami.

21. Czy na podstronach z treściami z projektu mogą się wyświetlać reklamy? A co z reklamami na stronie głównej?

Na stronie głównej portalu mogą Państwo emitować reklamy. Jeśli istnieją takie techniczne możliwości, rekomendujemy wyłączyć je przy materiałach sponsorowanych (np. przy tekście content marketingowym) oraz – jeśli planują

Państwo jego otworzenie – na mini-sicie / podstronie dedykowanej tylko i wyłącznie projektowi. Natomiast niezależnie od tego, prosimy, by przy materiałach sponsorowanych nie „zaciągały się” reklamy dotyczące płatnych usług doradczych w zakresie Funduszy Europejskich. Jeśli chodzi zaś o linkowanie wewnętrzne na frazach kluczowych (np. Fundusze Europejskie) w środku tekstu contentowego: prosimy, by takie linki kierowały wyłącznie do materiałów, które powstały w ramach projektu, mini-site'a (o ile przewidują go Państwo w projekcie) lub do portalu FunduszeEuropejskie.gov.pl

22. Czy Ministerstwo zamierza kolaudować materiały, do których uprzednio wprowadzono poprawki?

Chcemy kolaudować materiały w finalnej wersji, po wprowadzonych ew. uwagach.

23. W jaki sposób należy interpretować współczynnik odrzuceń wskazany w punkcie 7.2.3 Regulaminu Konkursu ? (zdefiniowany jako % wszystkich użytkowników, którzy spędzą mniej niż 30 sekund w artykule)". Do której definicji współczynnika odrzuceń powinniśmy się odnieść i jaki jest poprawny sposób dokonania obliczeń?

Prosimy posiłkować się definicją z regulaminu. Jednocześnie w zależności od technicznych możliwości i sposobu raportowania przyjętego w Państwa spółce mogą Państwo zaproponować w tabeli wskaźnikowej inny sposób liczenia wskaźnika, o ile opiszą Państwo jego metodologię oraz pozwoli on nam na rzetelną ocenę poziomu zaangażowania użytkowników i późniejszą weryfikację pod tym kątem.