



Załącznik nr 6 do Regulaminu Konkursu

Zasady przygotowania wniosków o przyznanie dotacji celowej na 2024 rok

I. Zasady ogólne dotyczące Wniosku o przyznanie dotacji.

1. Wszystkie przedsięwzięcia realizowane w ramach zadania określonego w Umowie pomiędzy Województwem a Wykonawcą muszą być ukierunkowane na podstawowy cel: **zapewnienie beneficjentom i potencjalnym beneficjentom wysokiej jakości informacji o Funduszach Europejskich oraz poprawa jakości składanych, realizowanych i rozliczanych projektów poprzez dostarczenie beneficjentom profesjonalnych usług informacyjnych i muszą być zgodne z „Wytycznymi dotyczącymi wykorzystania środków pomocy technicznej na lata 2021-2027” oraz „Wytycznymi dotyczącymi kwalifikowalności wydatków na lata 2021-2027”**
2. Przy planowaniu działań, które zostaną przedstawione we Wniosku należy kierować się:
 - a) przejrzystością,
 - b) oszczędnością,
 - c) efektywnością.
3. Działania promocyjne powinny mieć jedynie charakter uzupełniający do podstawowego celu projektu. Zasady i formę prowadzenia działań promocyjnych w 2024 r. opisano w załączniku do niniejszego dokumentu.
4. „Wniosek o przyznanie dotacji celowej na 2024 rok” stanowi Załącznik do Formularza oferty – Wniosek o przyznanie dotacji na 2024 rok.
5. Struktura dokumentu elektronicznego jest tak zaprojektowana, aby sumy kwot z właściwych komórek były agregowane w odpowiednich komórkach głównej tabeli budżetowej, tj. tabeli „Finansowy harmonogram realizacji zadania”. Analogiczna sytuacja ma miejsce z agregowaniem pozostałych informacji w tabelach ogólnych, w oparciu o tabele szczegółowe.
6. Należy zwracać uwagę na zwięzły i precyzyjny charakter informacji zamieszczanych w częściach opisowych wniosku, np. w kolumnach tytułowanych opis działania / wydatku, cel / uzasadnienie / zakres.

7. Maksymalne kwoty brutto dla następujących wydatków*:
- a) zestaw komputerowy z oprogramowaniem 9 000 zł,
 - b) urządzenia wielofunkcyjne dla LPI 6 000 zł.

Wykonawca chcący prowadzić Lokalny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich musi wykazać się gotowością do świadczenia usługi, co wiąże się ze spełnieniem Standardów funkcjonowania Sieci PIFE, w tym dotyczących lokalu i wyposażenia Punktu Informacyjnego.

*W indywidualnych, uzasadnionych przypadkach MFIPR może wyrazić zgodę na przekroczenie ww. progów kwotowych.

*Ww. wydatki mogą być dokonane tylko w uzasadnionych przypadkach, np. awarii sprzętu; ostateczną decyzję ws. zgody na zakup ww. podejmuje Ministerstwo po zapoznaniu się z uzasadnieniem.

II. Zasady dotyczące poszczególnych tabel Wniosku o przyznanie dotacji celowej, nie ujęte we wskazówkach zawartych w formularzu elektronicznym.

Tabela 1: Koszty bieżące funkcjonowania LPI

- a) W wierszu 1 „**najem i prowadzenie PIFE**”, należy podać koszty czynszu, opłaty za najem oraz utrzymania powierzchni biurowej takie jak m.in. zużycie wody, gazu, odprowadzanie ścieków, zużycie energii elektrycznej, odbiór śmieci, utrzymanie czystości, usługi telekomunikacyjne, tabliczki na drzwi z nazwą punktu, dostęp do Internetu, w tym Internetu mobilnego.
- b) W wierszu 2 „**delegacje**” należy podać łączną kwotę przeznaczoną na wszystkie delegacje (również związane z Mobilnymi Punktami Informacyjnymi, udziałem w szkoleniach, udziałem w imprezach, wizytami koordynacyjnymi, kontrolami czy całodziennymi dyżurami itp.).
- c) W wierszu 3 „**Komputery, monitory, drukarki, oprogramowanie biurowe**” należy podać łączną kwotę na zakup urządzeń biurowych i podstawowego oprogramowania biurowego (typu Office).
- d) W wierszu 4 „**inne oprogramowanie, subskrypcje i licencje**” należy podać łączne wydatki na programy i licencje/subskrypcje niezbędne do realizacji zadań PIFE, np. takie jak Corel Draw, Adobe Acrobat, Canva, Zoom itp. itd.
- e) W wierszu 5 „**meble i wyposażenie Punktów**” należy podać łączną kwotę przeznaczoną na zakup mebli niezbędnych do funkcjonowania Punktu i obsługi klienta.
- f) W wierszu 6 „**drobny sprzęt biurowy i serwis urządzeń**” należy podać łączną kwotę przeznaczoną na zakup drobnego sprzętu biurowego np. lampka biurkowa, bindownica, laminator, niszczarka, gilotyna, mysz komputerowa, aparaty telefoniczne, kalkulatory.

- g) W wierszu 7 „**materiały biurowe**” należy łącznie podać kwotę (bez wymieniania poszczególnych elementów) na m.in. papier do drukarek, segregatory, pieczątki, długopisy, koperty, zszywacze, dziurkacze, koszulki na dokumenty itp.
- h) W wierszu 8 „**tonery i materiały eksploatacyjne do drukarek**” należy wymienić łączną kwotę przeznaczoną na zakup materiałów do drukarek niezbędnych do pracy w PIFE.
- i) W wierszu 9 „**usługi pocztowe**” należy wskazać łączne wydatki na usługi pocztowe i kurierskie wykonywane na potrzeby realizacji umowy,
- j) W wierszu 9 „**transport (usługi transportowe, eksploatacja środków transportu)**” należy podać łączną kwotę przeznaczoną na ew. jego eksploatację oraz na usługi transportowe zamawiane w związku z organizacją MPI, obecnością PIFE na imprezach plenerowych, organizacją spotkań informacyjnych poza siedzibą PIFE.
- k) W wierszu 11 „**wizytówki**” należy podać łączne wydatki związane z drukowaniem wizytówek.

W wierszu 12 „**inne**” należy wskazać pozostałe wydatki nie ujęte w wierszach powyższych, niezbędne do zakupu, których nie da się przyporządkować do rodzajów wydatków wymienionych w wierszach 1-11.

Tabela 1.2. Personel zaangażowany w funkcjonowanie Sieci PIFE.

- a) Tabela musi zostać wypełniona zgodnie z Regulaminem konkursu i załącznikiem nr 4 Standardy funkcjonowania Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.
Nie należy podawać większej liczby osób/ etatów niż wynikające z zapisów załącznika nr 4 do Regulaminu.
- b) W kolumnie „**liczba etatów**” należy podać liczbę etatów na 2024 r., finansowaną ze środków projektu.
- c) W kolumnie „**liczba osób**” należy podać przewidywaną liczbę osób, które w 2024 r. będą obsadzały powyższe etaty, gdzie minimalny wymiar etatu dla Specjalisty ds. FE wynosi 0,5 etatu, dla osoby rozliczającej – 0,5 etatu.
- d) W kolumnie „**wynagrodzenie**” w przypadku operatorów LPI – łączną kwotę przewidzianą dla personelu danego LPI.

Tabela 2.1 (Działania informacyjne) – wypełnia się automatycznie. Proszę nie wypełniać.

Tabela 2.2 „Liczba konsultacji w”

W kolumnie „liczba” należy wpisać, planowaną do osiągnięcia w danym roku liczbę konsultacji.

Tabele 2.3 „Spotkania informacyjne i szkolenia LPI”

- a) W kolumnie „**zakres tematyczny oraz forma realizacji (stacjonarne/webinarium)**” należy zwięźle wpisać tematykę poszczególnych spotkań informacyjnych i szkoleń, grupując je w taki sposób, aby treść nie pozostawiała wątpliwości co do zgodności tej tematyki z celami realizacji Umowy dotacji, np. „spotkania dot. FE na edukację”. Należy obowiązkowo zaplanować spotkania lub szkolenia dla przedsiębiorców oraz jednostek samorządu terytorialnego.
- b) W kolumnie „**liczba wydarzeń**” należy wpisać planowaną liczbę wydarzeń z danej tematyki.
- c) W kolumnie „**liczba osób**” należy wpisać planowaną łączną liczbę osób, które wezmą udział we wszystkich planowanych wydarzeniach o danej tematyce.
- d) Kolumny „**dla kogo**” oraz „**rodzaj**” mają listy rozwijane. Muszą być wypełnione dla każdej pozycji w tabeli.
- e) Co do zasady szkolenia są prowadzone przez specjalistów ds. Funduszy Europejskich bądź przez pracowników instytucji współpracujących z Punktem. Prowadząc spotkania/szkolenia specjalistyczne dopuszcza się nieodpłatne prowadzenie szkoleń przez eksperta zewnętrznego.
- f) Wszystkie działania informacyjno - promocyjne muszą być dostępne dla osób ze szczególnymi potrzebami.

Tabela 2.4 Inne działania informacyjne LPI

- a) W poz. 1 Mobilne Punkty Informacyjne w kolumnie „**Liczba działań**” należy wskazać wartości podane w Formularzu Ofertowym; organizacja MPI powinna być bezkosztowa. Koszty delegacji należy uwzględnić w tabeli 1.1 (2).
- b) W poz. 2 Całodzienne dyżury w kolumnie „**Liczba działań**” zaleca się organizację przynajmniej jednego dyżuru całodziennego przez każdy punkt informacyjny.
- c) W poz. 3 wystąpienie w charakterze prelegenta w kolumnie „**Liczba działań**” zaleca się organizację przynajmniej jednej prelekcji przez każdy punkt informacyjny.
- d) W poz. 4 udział ze stoiskiem na targach, konferencjach i imprezach plenerowych w kolumnie „**Liczba działań**” zaleca się organizację przynajmniej jednego stoiska przez każdy punkt informacyjny.

Tabela 2.5 „koszty działań informacyjnych LPI

- a) W kolumnie „koszt” dla drobnego cateringu należy wpisać łączną kwotę kosztów przewidzianych na zapewnienie napojów (woda, kawa, herbata) i drobnych przekąsek (paluszki, ciastka) podczas m.in. stacjonarnych spotkań informacyjnych i szkoleń organizowanych przez PIFE.
- b) W kolumnie „koszt” dla wynajmu sal wykładowych należy wpisać łączną kwotę przewidzianą na taki wynajem na potrzeby spotkań i szkoleń organizowanych w 2024 r.

- c) W kolumnie „koszt” dla usługi tłumacza języka migowego/wideotłumacza należy wpisać łączną kwotę przewidzianą na takie usługi w 2024 r.
Ww. usługa jest obowiązkowa w każdym PIFE, ponieważ każdy punkt musi być dostępny dla osób niedosłyszących i głuchoniemych.

w tabeli 2.5 nie uwzględniamy:

- a) W przypadku spotkań informacyjnych organizowanych w innej miejscowości niż siedziba Punktu w kolumnie „koszty” **nie należy ujmować delegacji**, ponieważ są one ujęte w kosztach bieżących funkcjonowania (tabela 1.1 (2)).
- b) Nie należy wpisywać publikacji otrzymywanych z MFiPR czy finansowanych z programów regionalnych.

Tabela 3.1 „Działania promocyjne LPI”

- a) Tabelę należy uzupełnić na podstawie załącznika nr 1 do niniejszego dokumentu. Wykorzystanie innych narzędzi niż wskazane w załączniku nr 1 wymaga indywidualnej zgody DKP MFiPR i Województwa.
- b) Wszystkie działania promocyjne w formie pisanej muszą być wykonywane z zastosowaniem zasad prostego języka.
- c) Wszystkie działania promocyjne powinny być prowadzone zgodnie z zasadami dostępności.
- d) Działania płatne mogą być prowadzone wyłącznie przez GPI (dla całej regionalnej Sieci), natomiast operatorzy LPI konkursowych prowadzą działania promocyjne bezkosztowe.

Tabela 4.1. „Współpraca z innymi instytucjami”

- a) Do przykładowych form współpracy można zaliczyć m.in.: wypracowanie wspólnych form działania podczas spotkania roboczego, organizowanie szkoleń, spotkań informacyjnych z innymi instytucjami lub dla pracowników punktów z innych województw, itp.
- b) W tej tabeli należy założyć współpracę z DKP MFiPR w zakresie działań informacyjno -promocyjnych oraz edukacyjnych. Zakres i formy tej współpracy będą ustalane na bieżąco w zależności od potrzeb.

Tabela 4.2. „Szkolenia pracowników”

- a) Za organizację szkoleń i ich dopasowanie do potrzeb pracowników Sieci PIFE w danym regionie odpowiada koordynator.
- b) Koszty szkoleń dla pracowników Punktów Informacyjnych będą kwalifikowalne zgodnie z „Wytycznymi dotyczącymi wykorzystania środków pomocy technicznej na lata 2021-2027”.
- c) W przypadku szkoleń indywidualnych tematyka powinna być grupowana merytorycznie i wpisywana zwięźle w formularzu, np. „szkolenia z rozliczania projektów” zamiast kilku oddzielnych wierszy z tytułami dotyczącymi podobnej tematyki.

- d) Szkolenia powinny być planowane w zakresie niezbędnym do realizacji zadań i dopasowane do potrzeb pracowników.
- e) Pracownicy Sieci PIFE w województwie powinni uczestniczyć w szkoleniach dotyczących programów regionalnych , w szczególności w szkoleniach organizowanych przez IZ Programami Regionalnymi oraz przed naborami wniosków w poszczególnych konkursach. Zaleca się, żeby były to szkolenia bezkosztowe, prowadzone przez pracowników z urzędu marszałkowskiego.
- f) We „Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2024 r.” należy uwzględnić szkolenia organizowane przez MFiPR i CPE (i założyć środki na delegacje na te szkolenia).

Załącznik – Zasady promocji 2024

Niniejszy załącznik przedstawia zasady planowania i prowadzenia działań promocyjnych oraz katalog dopuszczalnych do wykorzystania narzędzi.

Zasady ogólne

1. Wszystkie działania promocyjne muszą być umieszczone we wniosku o przyznanie dotacji na 2024 r. Obowiązkowe elementy dotyczące wypełniania wniosku o dotację opisuje dokument „**Zasady przygotowania wniosków o przyznanie dotacji celowej na 2024 r.**”
2. Komunikaty dotyczące istnienia Sieci czy promocja ogólnych usług Sieci, możliwe są **wyłącznie** z poziomu GPI, natomiast promocja konkretnych działań PIFE np. MPI – jest możliwa również przez LPI.
3. Zmodyfikowane pliki graficzne do wykorzystywania przez Sieć PIFE w działaniach promocyjnych zostaną przekazane przez Koordynatora PIFE w regionie lub przekazane inną, dogodną drogą.
4. Działania promocyjne mogą zawierać komunikaty dotyczące tylko Sieci PIFE, zakresu jej usług, bieżącej aktywności Punktów, w tym poszczególnych działań, np. MPI. **Nie mogą natomiast dotyczyć promocji samych Funduszy Europejskich czy RPO.**
5. Pomijając działania promocyjne, należy brać pod uwagę możliwość polecenia usług PIFE przez sieć instytucji i organizacji z którymi współpracują PIFE, ich dotychczasowych klientów, znajomych lub członków rodziny. Dlatego też pośrednim narzędziem wpływającym na promocję PIFE, ale bardzo istotnym, jest wysoka jakość i profesjonalizm świadczonych usług przez konsultantów oraz współpraca z innymi urzędami i instytucjami.
6. DKP MFiPR zastrzega sobie możliwość wpływu na narzędzia i komunikaty działań promocyjnych prowadzonych przez regiony w czasie trwania kampanii horyzontalnej, prowadzonej przez DKP MFiPR.

Dopuszczalne narzędzia do promocji

I. Plakat, ulotka (wersje drukowane i elektroniczne)

1. Te narzędzia mogą być wykorzystywane do:
 - ogólnej promocji Sieci PIFE w regionie (włącznie z danymi teleadresowymi),
 - do poinformowania nt. zakresu usług świadczonych przez Sieć,
 - do poinformowania o konkretnych usługach świadczonych przez poszczególne PIFE (np. o konkretnych spotkaniach informacyjnych, MPI).

Rekomendowana jest dystrybucja plakatów i ulotek, zwłaszcza w często odwiedzanych miejscach użyteczności publicznej (urzędy gmin, urzędy pracy, urzędy miasta, urzędy skarbowe itp.) przygotowanych na szablonach Sieci PIFE zamieszczonych na Bazie Wiedzy lub przekazywanych przez Koordynatora PIFE w regionie.

2. DKP MFiPR zastrzega sobie możliwość przekazania do regionów plakatów i ulotek, które zostaną następnie rozdystrybuowane przez PIFE do miejsc użyteczności publicznej w danym regionie. W takim wypadku regiony zostaną poproszone o ich dystrybucję.

II. Prasa

Działania w prasie, również w wydaniach on-line gazet, mogą być wykorzystywane do:

- ogólnej promocji Sieci PIFE w województwie (włącznie z danymi teleadresowymi) – wyłącznie przez GPI,
- do ogólnego poinformowania nt. zakresu usług świadczonych przez Sieć – wyłącznie przez GPI,
- do poinformowania o świadczonych, konkretnych usługach przez poszczególne PIFE (np. o konkretnych spotkaniach informacyjnych, konkretnych MPI), zarówno przez GPI, jak i LPI.

Działania te będą realizowane wyłącznie w prasie o zasięgu regionalnym bądź lokalnym, dopuszcza się możliwość wykorzystania wydania regionalnego gazety ogólnopolskiej. Tytuły gazet powinny charakteryzować się dużym nakładem. Rekomendowanymi formami prowadzenia działań w tym obszarze są ogłoszenia/reklamy prasowe oraz artykuły sponsorowane, ale ich umieszczanie musi odbywać się na stronach redakcyjnych gazety (nie w dodatkach reklamowych, insertach).

Jednocześnie rekomenduje się nawiązanie bezpłatnej współpracy z redakcjami w celu promocji działalności PIFE np. kolumna pytania do eksperta lub bieżący kontakt z dziennikarzami lokalnymi lub regionalnymi, poprzez bieżące lub cykliczne przekazywanie informacji z zakresu Funduszy Europejskich.

Możliwe formaty:

1. Ogłoszenia / reklamy dotyczące promocji Sieci PIFE w regionie:
 - wielkość ogłoszenia: liczba modułów danego tytułu gazety odpowiadająca wielkości minimum 1/4 strony,
 - umiejscowienie ogłoszenia: strony redakcyjne,
 - typ gazety: dziennik, tygodnik, dwutygodnik.
2. Artykuły sponsorowane dotyczące promocji Sieci PIFE w regionie:
 - wielkość: liczba modułów danego tytułu gazety odpowiadająca wielkości minimum 1/3 strony,
 - umiejscowienie: strony redakcyjne,
 - treść: artykuł dotyczy wyłącznie działalności Sieci PIFE w regionie, zakresu zadań – **każdorazowo treść artykułu do akceptacji MFiPR**
 - typ gazety: dziennik, tygodnik, dwutygodnik.

3. Ogłoszenia prasowe dotyczące promocji organizowanych przez PIFE spotkań informacyjnych/szkoleń i MPI.

- wielkość: liczba modułów danego tytułu gazety odpowiadająca wielkości minimum 1/4,
- umiejscowienie: strony redakcyjne,
- termin ogłoszenia: zgodny ze „Standardami Funkcjonowania Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich”,
- typ gazety: dziennik, tygodnik, dwutygodnik.

Można łączyć kilka formatów w jednym wydaniu gazety, np. ogłoszenie o MPI i ogłoszenie o zakresie usług PIFE.

Ograniczenia:

- nie można prowadzić działań promocyjnych w formie insertów, dodatków, ulotek do tytułów gazet.

III. Radio

To narzędzie może być wykorzystywane jedynie do audycji / wywiadów z udziałem pracowników Sieci PIFE, którzy występować będą w roli specjalistów FE.

Działania te będą realizowane wyłącznie w rozgłoszeniach radiowych o zasięgu regionalnym bądź lokalnym. Rozgłoszenie powinny charakteryzować się optymalnie dużą słuchalnością wśród grup klientów PIFE.

Należy nawiązywać **współpracę bezpłatną z rozgłoszaniem** / przekazywać regularne informacje w celu promocji działalności PIFE np. spotkania i rozmowy z ekspertem na tematy merytoryczne, zagadnienia funduszowe bądź nt. bieżącej aktywności Punktów PIFE.

IV. Internet

To narzędzie może być wykorzystywane do:

- promocji Sieci PIFE w regionie (włącznie z danymi teleadresowymi),
- do poinformowania nt. zakresu usług świadczonych przez Sieć,
- do poinformowania o świadczonych konkretnych usługach przez poszczególne PIFE¹ (np. o konkretnych spotkaniach informacyjnych, MPI).

Możliwe Formaty:

1. Bannery w Internecie:

- możliwe jest umieszczanie reklam PIFE na stronach regionalnych np. strona miasta, gminy, mediów regionalnych, lokalnych itp.

¹ Promocja świadczonych usług musi być zgodna ze *Standardami Funkcjonowania Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich*.

- reklamy (jeżeli nie są stałymi bannerami) powinny wyświetlać się jednemu użytkownikowi maksimum 3 razy (capping 3),
- wszystkie reklamy powinny kierować do podstrony Portalu Funduszy Europejskich (inne portale tylko za zgodą MFiPR), bezpośrednio do podstrony zawierającej dane kontaktowe Punktów w danym województwie lub do podstron zawierających informacje o wydarzeniu organizowanym przez poszczególne PIFE.

2. E-mailing

- e-mailing powinien być targetowany do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów funduszy UE z danego województwa, w tym do grupy przedsiębiorców/właścicieli firm, a także uczestników projektów (np. osób do 30 roku życia, osób w wieku 50+, osób z niepełnosprawnościami itd.),
- e-mailing powinien kierować do podstrony Portalu Funduszy Europejskich (bezpośrednio do podstrony zawierającej dane kontaktowe punktów w danym województwie) lub do podstrony wydarzenia organizowanego przez PIFE.
- e-mailing może być prowadzony do przedsiębiorców z wykorzystaniem bazy e-mailowej portalu biznes.gov.pl.
- e-mailing jest prowadzony do bazy własnej i/lub w formie części newslettera RPO, poświęconej działaniom PIFE – **działanie obowiązkowe**.

3. Kanały własne oraz bezpłatne

- rekomendowane jest nawiązanie współpracy bezpłatnej z lokalnymi serwisami internetowymi w celu zamieszczenia na nich reklam, informacji o PIFE w regionie (np. w formie rozesłania informacji prasowej/bannerów oraz filmów – w formie polegającej na osadzeniu na stronach internetowych treści pochodzących z innych stron, tj. z kanału Funduszy Europejskich na serwisie YouTube).

4. Media społecznościowe

- rekomendowana jest współpraca z instytucjami obsługującymi profile regionalne, województw, miast itd. poprzez informowanie np. o usługach świadczonych przez Sieć PIFE oraz o spotkaniach organizowanych przez PIFE na innych profilach.

Ograniczenia

- wszystkie formy reklamowe powinny odsyłać do podstrony Portalu Funduszy Europejskich (bezpośrednio do podstrony zawierającej dane kontaktowe punktów w danym województwie) lub do podstron wydarzenia organizowanego przez PIFE,

- nie należy tworzyć dedykowanych zakładek, serwisów sponsorowanych na portalach, do których odsyłałyby reklamy.

V. Inne działania promocyjne

1. Uczestnictwo w plenerowych akcjach informacyjno-promocyjnych w atrakcyjnych turystycznie miejscach – forma i zakres uzgadniany każdorazowo z DKP MFiPR.
2. Działania promocyjne, nie wymienione powyżej, będą mogły być realizowane przez regiony w uzasadnionych przypadkach, po uzyskaniu indywidualnej zgody DKP MFiPR.
3. Ministerstwo zastrzega sobie możliwość włączenia PIFE do kampanii, wraz ze stosowaniem przez PIFE kreacji przygotowanych przez MFiPR.