



Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej

Odpowiedzi na zgłaszane pytania w ramach konkursu o
nr FERS.04.13-IP.06-002/25

*pt. Upowszechnianie wiedzy o ekonomii społecznej i poprawa jej
rozpoznawalności*

w ramach Działania 04.13 Wysokiej jakości system włączenia społecznego
Program Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021-2027

1. Proszę o wyjaśnienie/przedstawienie stanowiska ION w zakresie wskaźnika produktu: *Liczba osób, do których dotarła informacja dotycząca sektora ekonomii społecznej* - jaki jest moment pomiaru dotarcia informacji o ES? są to odtworzenia np. reklam, linków sponsorowanych, liczba odwiedzin na witrynie internetowej?

Stanowisko Instytucji Organizującej Nabór (ION):

Wskaźnik „Liczba osób, do których dotarła informacja dotycząca sektora ekonomii społecznej” odnosi się do liczby odbiorców działań informacyjno-promocyjnych realizowanych w ramach projektu. Pomiar wskaźnika polega na zliczeniu osób, które miały możliwość zetknięcia się z przekazem dotyczącym ekonomii społecznej. Dotarcie informacji może być potwierdzone m.in. poprzez: liczbę wyświetleń reklam internetowych np. w ramach kampanii online prowadzonych w mediach społecznościowych lub na portalach internetowych, dane analityczne dotyczące odwiedzin strony internetowej/platform, dane od nadawców dotyczące szacunkowego zasięgu kampanii telewizyjnych, radiowych lub prasowych, dokumentację frekwencji uczestników wydarzeń. Szczegółowy sposób pomiaru będzie zależny od form przekazu zaplanowanych w strategii komunikacji. W przypadku wykorzystywania danych szacunkowych lub statystyk systemowych (np. zasięg posta, liczba użytkowników strony), beneficjent powinien zapewnić możliwość weryfikacji źródła danych oraz zachować dokumentację potwierdzającą sposób pomiaru. Rekomenduje się dokonywanie pomiaru wskaźnika co najmniej raz na 6 miesięcy w trakcie realizacji projektu, a także każdorazowo po zakończeniu danego działania w ramach kampanii. Pomiar powinien być udokumentowany i możliwy do przedstawienia Komitetowi Sterującemu oraz Departamentowi Wdrażania EFS w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

2. **Jak widziane są partnerstwa JST/PES?**

Stanowisko ION:

Partnerstwo jednostki samorządu terytorialnego (JST) z podmiotem ekonomii społecznej (PES) jest zgodne z wymaganiami konkursu i stanowi właściwą formułę realizacji projektu. Zgodnie z zapisami kryteriów, projekt powinien być realizowany w formule partnerskiej przez wnioskodawcę i nie więcej niż trzech partnerów, z zastrzeżeniem, że co najmniej jeden z podmiotów tworzących partnerstwo musi być podmiotem ekonomii społecznej w rozumieniu art. 2 pkt 5 ustawy z dnia 5 sierpnia 2022 r. o ekonomii społecznej. Jednocześnie każdy podmiot, niezależnie od tego, czy występuje jako wnioskodawca czy jako partner, może wziąć udział w konkursie wyłącznie raz. Zarówno jednostki administracji publicznej, jak i podmioty ekonomii



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



społecznej należą do katalogu podmiotów uprawnionych do ubiegania się o dofinansowanie. Partnerstwo JST i PES może więc zostać zawarte zgodnie z warunkami naboru i w pełni realizować zakładane cele projektu, w tym skuteczne upowszechnianie marki ekonomii społecznej. W przypadku tego typu partnerstw kluczowe będzie odpowiednie uzasadnienie komplementarności ról partnerów oraz wykazanie spełnienia kryterium doświadczenia – co najmniej jeden z podmiotów wchodzących w skład partnerstwa powinien posiadać minimum pięcioletnie doświadczenie w realizacji ogólnopolskich kampanii informacyjnych lub społecznych, obejmujące planowanie, dobór narzędzi komunikacji, realizację i monitoring działań. Kryteria te będą weryfikowane na podstawie zapisów zawartych we wniosku o dofinansowanie projektu.

3. Czy w ramach może ubiegać się o dofinansowanie organizacja nie posiadająca statusu organizacji pożytku publicznego?

Stanowisko ION:

Warunkiem do wzięcia udziału w przedmiotowym naborze nie jest posiadanie statusu organizacji pożytku publicznego. Wnioskodawcą może być Administracja publiczna, Organizacje społeczne i związki wyznaniowe, Przedsiębiorstwa. Ponadto, trzeba mieć również na uwadze wskazane w regulaminie naboru kryteria dostępu.

4. Co się stanie, jeśli pomimo dokładania wszelkich starań, przeprowadzenia wszystkich działań i szerokiej kampanii w drugim badaniu nie zostanie osiągnięty wskaźnik: wzrost liczby osób deklarujących wybory konsumenckie uwzględniające ES (cel: 0,5%)? Ludzie obecnie żyją w swoich bańkach informacyjnych i zupełnie losowo do drugiego badania mogą trafić osoby, które nie trafiły na nasze materiały, choć planowana kampania jest bardzo różnorodna, wielowątkowa i masowa. Czy biorą Państwo pod uwagę taki scenariusz, że ten wskaźnik może nie zostać osiągnięty?

Stanowisko ION:

Beneficjent zobowiązany jest do osiągania i zachowania wskaźników produktu oraz rezultatu przyjętych w ramach projektu. Brak osiągnięcia lub niepełne osiągnięcie założonych we wniosku o dofinansowanie celów projektu może skutkować uznaniem za niekwalifikowalne wszystkich lub części dotychczas rozliczonych w projekcie wydatków zarówno bezpośrednich jak i pośrednich. Zmniejszenie ustalonej w umowie o dofinansowanie projektu kwoty dofinansowania projektu oznacza naliczenie korekty finansowej i konieczność zwrotu środków. Dzieje się to w proporcji do stopnia nieosiągnięcia wymaganych wskaźników. Powyższą kwestię regulują Zasady finansowania programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021-2027 oraz będzie regulowała umowa z Beneficjentem.

5. Ile spotkań Komitetu Sterującego najlepiej jest zaplanować? Czy muszą to być spotkania na żywo, czy mogą być on line. Ile osób może wchodzić w skład komitetu? Jak długie powinny być te spotkania? Czy można przewidzieć wynagrodzenia za pracę osób w komitecie?

Stanowisko ION:

Kwestia Komitetu Sterującego jest jednym z kryteriów dostępu i będzie oceniana na podstawie złożonego wniosku o dofinansowanie. Wnioskodawca, zgodnie z kryterium dostępu ma się zobowiązać do współpracy na wszystkich etapach projektu z DES w MRPiPS w ramach Komitetu Sterującego projektu (KS). W skład KS wejdą co najmniej osoby reprezentujące wnioskodawcę, partnerów, DES i realizatorów projektu „Estakada – synchronizacja ekonomii społecznej na poziomie kraju” w FERS, a także w roli obserwatorów/rek - Departament Wdrażania EFS (DWF) w MRPiPS. Wnioskodawca zapewni obsługę prac KS. Z uwagi na powyższe, to od Wnioskodawcy zależy w jaki sposób zaplanuje funkcjonowanie Komitetu Sterującego oraz jego skład i

rolę w projekcie. W ramach kryterium dostępu zostały określone warunki niezbędne dla Komitetu Sterującego.

6. **Na etapie składania wniosku musimy przedstawić szczegółowy budżet, który już musi dość dokładnie wskazywać jakie działania będziemy realizować. Aby wycenić kampanię musimy podać szczegóły np. liczbę planowanych spotów, billboardów, wydruków plakatów, wyjazdów na wydarzenia itd. Jeśli w trakcie badań wyjdzie jednak, że inne kanały są bardziej przydatne, albo inaczej trzeba postawić akcenty np. więcej product placement niż kampanii outdoor, czy wówczas w trakcie realizacji projektu będzie możliwa korekta budżetu?**

Stanowisko ION:

Beneficjent na etapie realizacji projektu będzie mógł zgłaszać zmiany do wniosku o dofinansowanie, w tym do budżetu projektu. Niemniej jednak nie będzie możliwości zwiększenia budżetu projektu.

7. **Upowszechnianie produktów i usług PES wśród grupy docelowej np. z wykorzystaniem dostępnych platform sprzedażowych. Czy tu chodzi o zamieszczanie reklam np. na jakiś platformach on line typu OLX/Allegro? Czy chodzi o reklamowanie jakiś konkretnych wybranych produktów/usług oferowanych przez PES? Czy to nie będzie naruszeniem konkurencji? A może chodzi o zamieszczanie bardziej ogólnych reklam typu: zamawiając usługi poszukaj PES?**

Stanowisko ION:

Zapis ten nie został szczegółowo doprecyzowany w regulaminie - pozostawiono wnioskodawcy swobodę doboru form i narzędzi działań promocyjnych, zgodnie z jego pomysłami, doświadczeniem i oceną skuteczności wobec grupy docelowej. Dopuszczalne są zarówno działania ogólne, np. promujące ideę wspierania podmiotów ekonomii społecznej, jak i bardziej konkretne, takie jak zapewnienie warunków do prezentowania lub reklamowania wybranych produktów czy usług bezpośrednio przez PES – także za pośrednictwem ogólnodostępnych platform sprzedażowych. Istotne jest, by proponowane działania mieściły się w zakresie celów zadania oraz by ich wybór został uzasadniony we wniosku – pod kątem ich wpływu na skuteczne upowszechnianie oferty PES wśród grupy docelowej. Nie przewidziano ograniczeń co do wyboru konkretnych narzędzi.

8. **Czy organizacje powiązane z wnioskodawcą mogą być partnerem w projekcie? Jedna to spółka z.o.o. powiązana osobą pani prezes, a druga to fundacja, założona 10 lat temu przez naszą fundację (która będzie głównym wnioskodawcą), tutaj nie ma powiązań osobowych. Wszyscy partnerzy przestrzegaliby wszystkich zapisów regulaminu jeśli chodzi o współpracę, przejrzystość, przepływu finansowe.**

Stanowisko ION:

Zgodnie z zapisami Regulaminu konkursu rolę lidera partnerstwa pełni Beneficjent projektu, będący stroną umowy o dofinansowanie (Wnioskodawca). Partner realizuje projekt wspólnie z Beneficjentem i partnerami projektu na warunkach określonych w umowie o dofinansowanie projektu i porozumieniu albo umowie o partnerstwie i wnosi do projektu zasoby ludzkie, organizacyjne, techniczne lub finansowe, bez którego realizacja projektu nie byłaby możliwa. W ramach projektów partnerskich wzajemnie zlecenie przez partnerów realizacji zadań przez personel projektu jest niedopuszczalne. W zakresie wymagań dotyczących partnerstwa oraz realizacji projektu z innymi podmiotami, Wnioskodawca jest zobowiązany stosować w szczególności przepis ustawy wdrożeniowej, Wytycznych w zakresie kwalifikowalności oraz Zasady finansowania Programu FERS. Zgodnie z Zasadami finansowania wybór partnerów, co do zasady, odbywa się jeszcze przed złożeniem wniosku o dofinansowanie albo przed rozpoczęciem realizacji projektu, o ile data ta jest wcześniejsza od daty złożenia wniosku o dofinansowanie, co Wnioskodawca potwierdza stosowną informacją zawartą we wniosku. Umowa partnerstwa nie jest przedkładana wraz z wnioskiem o dofinansowanie. Zostanie przekazana do IP dopiero po akceptacji wniosku o

dofinansowanie, na etapie zawierania umowy o dofinansowanie projektu. Projekt będzie realizowany przez Wnioskodawcę i nie więcej niż trzech Partnerów. Jeden Wnioskodawca lub Partner może wystąpić w ramach konkursu – jako Wnioskodawca albo Partner nie więcej niż raz. Co najmniej jeden z podmiotów tworzących partnerstwo to podmiot ekonomii społecznej. Co najmniej jeden z podmiotów tworzących partnerstwo (może być to zarówno Wnioskodawca jak i Partner projektu) posiada 5-letnie doświadczenie w realizacji kampanii informacyjnych lub społecznych o zasięgu ogólnopolskim, obejmujące: planowanie, w tym dobór narzędzi komunikacji, realizację i monitorowanie prowadzonych kampanii. Zgodnie z Zasadami finansowania, Partnerem wiodącym (liderem partnerstwa) może być wyłącznie podmiot, który dysponuje potencjałem ekonomicznym zapewniającym prawidłową realizację projektu partnerskiego. Należy również pamiętać, że udział partnerów nie może polegać jedynie na wniesieniu zasobów. W projektach partnerskich nie może mieć również miejsca sytuacja, w której beneficjent będzie angażował do projektu pracowników partnera i odwrotnie. Podział zadań w partnerstwie powinien być powiązany z potencjałem i zasobami, jakie dany partner może wnieść do partnerstwa i tym samym realizacji projektu. Włączanie do partnerstwa instytucji, która nie posiada odpowiedniego potencjału i tym samym będzie zmuszona do zlecenia wykonania powierzonych jej zadań innemu podmiotowi (partnerowi, liderowi lub stronie trzeciej) nie jest zasadne. Ponadto, zapisy art. 39 Ustawy z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021-2027 nie wskazują na ograniczenia w zakresie powiązań podmiotów przy zawieraniu partnerstwa.

9. Czy wnioskodawcą i zarazem liderem partnerstwa może być podmiotem ekonomii społecznej nieposiadający statusu przedsiębiorstwa społecznego w rozumieniu ustawy o ekonomii społecznej (np. fundacja)?

Stanowisko ION:

W nawiązaniu do przekazanego pytania, uprzejmie informuję, iż tak, wnioskodawcą może być podmiot ekonomii społecznej (podmiot ten nie musi posiadać statusu przedsiębiorstwa społecznego). Zgodnie z kryteriami określonymi w regulaminie w skład partnerstwa powinien wejść co najmniej jeden podmiot ekonomii społecznej (wnioskodawca lub partner). Podmiotem ekonomii społecznej, zgodnie z art. 2 ustawy z dnia 5 sierpnia 2025 r. o ekonomii społecznej, jest:

- spółdzielnia socjalna,
- warsztat terapii zajęciowej i zakład aktywności zawodowej,
- centrum integracji społecznej i klub integracji społecznej,
- spółdzielnia pracy, w tym spółdzielnia inwalidów i spółdzielnia niewidomych, oraz spółdzielnia produkcji rolnej,
- organizacja pozarządowa, o której mowa w art. 3 ust. 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2023 r. poz. 571), z wyjątkiem partii politycznych, europejskich partii politycznych, związków zawodowych i organizacji pracodawców, samorządów zawodowych, fundacji utworzonych przez partie polityczne i europejskich fundacji politycznych,
- podmiot, o którym mowa w art. 3 ust. 3 pkt 1, 2 lub 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

10. W odniesieniu do kryterium dostępu nr 6 zawartego w Regulaminie konkursu nr FERS.04.13-IP.06-002/25, dotyczącego posiadania co najmniej 5-letniego doświadczenia w realizacji kampanii informacyjnych lub społecznych o zasięgu ogólnopolskim – prosimy o potwierdzenie, że prawidłowe jest następujące rozumienie tego wymogu: Zgodnie z intencją kryterium, kluczowe znaczenie ma rzeczywiste doświadczenie w prowadzeniu kampanii, ich zakres oraz skala oddziaływania, a nie jedynie formalna ciągłość funkcjonowania danego podmiotu prawnego. W związku z tym, jako spełnienie kryterium powinno zostać uznane doświadczenie zespołu, który: (1) realizował ogólnopolskie

kampanie informacyjne lub społeczne pod tą samą marką (nazwą handlową), (2) a obecnie funkcjonuje w ramach nowego, odrębnego podmiotu prawnego, powstałego np. poprzez przekształcenie, wydzielenie działalności lub rejestrację marki jako osobnej spółki. Prosimy o potwierdzenie, że weryfikacja spełnienia kryterium może w takim przypadku uwzględniać:

- ciągłość pracy osób tworzących markę,
- rozpoznawalność marki i jej funkcjonowanie w przestrzeni publicznej,
- dokumentację konkretnych kampanii zrealizowanych pod tą marką (z tymi samymi osobami ją tworzącymi), również tych, które miały miejsce w okresie, gdy marka działała w ramach innego sformalizowanego podmiotu prawnego przed jej formalnym wyodrębnieniem jako osobnej spółki, ale przy zachowaniu tego samego właściciela.

Stanowisko ION:

Zgodnie z treścią kryterium, wymóg dotyczy doświadczenia co najmniej jednego z podmiotów tworzących partnerstwo w realizacji kampanii informacyjnych lub społecznych o zasięgu ogólnopolskim, obejmującego co najmniej 5-letni okres działalności w tym zakresie. Oznacza to, że spełnienie kryterium oceniane będzie na podstawie doświadczenia formalno-prawnego podmiotu, tj. organizacji posiadającej osobowość prawną, będącej stroną partnerstwa w ramach projektu. Kryterium nie odnosi się do doświadczenia kadry, zespołów ani kontynuacji działalności w ramach marki, jeżeli nie są one tożsame z podmiotem prawnym, który wejdzie w skład partnerstwa. Doświadczenie zdobyte w ramach innego, odrębnego podmiotu prawnego (np. przed przekształceniem, wydzieleniem działalności lub zmianą formy prawnej) może zostać uwzględnione, wyłącznie w przypadku wykazania formalnej ciągłości prawnej. W związku z powyższym, samo wykazanie ciągłości zespołu lub posiadania przez osoby fizyczne doświadczenia w realizacji kampanii – nie jest wystarczające do spełnienia kryterium.

- 11. W regulaminie konkursu wskazano iż "Działania podjęte w ramach interwencji zostaną poddane ewaluacji.", czy w ramach projektu wnioskodawca ma złożyć przeprowadzenie procesu ewaluacji (np. w formie ewaluacji zewnętrznej), jeżeli tak to w jakim zakresie? Całość działań w ramach projektu czy samych efektów kampanii? Zgodnie z wytycznymi kwalifikowalności, wydatki na ewaluację są kwalifikowalne, o ile ich poniesienie jest wymagane przez właściwą instytucję będącą stroną umowy, za zgodą IZ.**

Stanowisko ION:

Zgodnie z zapisami regulaminu konkursu, „działania podjęte w ramach interwencji zostaną poddane ewaluacji”. Oznacza to, że wnioskodawca powinien uwzględnić we wniosku realizację procesu ewaluacji. Zakres ewaluacji powinien obejmować przede wszystkim efekty zrealizowanej kampanii, w tym stopień osiągnięcia celów związanych z upowszechnianiem wiedzy o ekonomii społecznej i adekwatność wybranych sposobów dotarcia do grupy docelowej. Zapis ten nie stanowi kryterium dostępu i nie został doprecyzowany w dokumentach naboru. Do decyzji wnioskodawcy pozostaje wybór sposobu przeprowadzenia ewaluacji.

- 12. Czy w naborze partnerami mogą być uczelnie wyższe niepubliczne?**

Stanowisko ION:

Zgodnie z Regulaminem wyboru projektu Upowszechnianie wiedzy o ekonomii społecznej i poprawa jej rozpoznawalności podmiotem uprawnionym do ubiegania się o dofinansowanie jest/są:

- Administracja publiczna,
- Organizacje społeczne i związki wyznaniowe,
- Przedsiębiorstwa.

Przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą - o którym stanowi art. 4 ustawy z dnia 6 marca

2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2024 r. poz. 236 z późn. zm.). Przedsiębiorcą są także wspólnicy spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Uczelnia jest uczelnią niepubliczną, jeżeli jest utworzona przez osobę fizyczną albo osobę prawną inną niż jednostka samorządu terytorialnego albo państwowa albo samorządowa osoba prawna. Zgodnie z ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym uczelnia publiczna jak i niepubliczna nie prowadzi działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców, Zatem w ocenie ION, uczelnia wyższa niepubliczna nie może być Wnioskodawcą w ww. konkursie.