

## **Regulamin otwartego konkursu ofert na ogólnopolską medialną kampanię informacyjną**

### **I. Uzasadnienie, przedmiot konkursu i grupy docelowe**

Organizatorem konkursu jest dysponent Funduszu Edukacji Finansowej, minister właściwy do spraw instytucji finansowych. Celem Konkursu jest wyłonienie najlepszej oferty na przeprowadzenie ogólnopolskiej medialnej kampanii informacyjnej.

Przedmiotem konkursu jest ogólnopolska medialna kampania informacyjna w zakresie podniesienia świadomości społeczeństwa w kwestii oszustw na rynku finansowym, dokonywanych przy użyciu pseudo-instrumentów lub pseudo-usług finansowych (oszustw finansowych), w tym z wykorzystaniem internetu, a także cyberbezpieczeństwa.

W ramach realizacji przedmiotu konkursu wybrany oferent przygotowuje kampanię i ją zrealizuje. Kampania musi obejmować dwa kluczowe obszary:

- Cyberbezpieczeństwo finansowe,
- Oszustwa finansowe (np. piramidy finansowe, wyłudzenia na rynku walutowym i kapitałowym).

Cyberbezpieczeństwo finansowe powinno zostać uwzględnione jako jeden z dwóch głównych obszarów, ponieważ obecnie większość oszustw, w tym wyłudzeń, odbywa się za pośrednictwem internetu. Kampania powinna jednak również w pełni zaadresować oszustwa i wyłudzenia, które dzieją się poza internetem (np. piramidy finansowe), w tym z wykorzystaniem telekomunikacji (np. oszustwa na „wnuczka”, udawanie pracownika instytucji finansowej).

Przekaz powinien być prosty i konstruktywny. Kampania ma informować i pokazywać zagrożenia oraz wskazywać sposoby radzenia sobie z nimi. Powinna wspierać osoby, które chcą pomnożyć swoje oszczędności, ale mogą zetknąć się z nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Z drugiej strony ma uwrażliwiać osoby, które mogą narazić się na utratę pieniędzy niekoniecznie poszukując ofert inwestycyjnych.

Niezależnie od tego, którym kanałem następuje próba wyłudzenia danych, pieniędzy czy dokonania oszustwa, skutkiem może być utrata pieniędzy. Kampania powinna skupiać się na tym, na co uważać, jak bezpiecznie postępować i jak się chronić (przekaz i kanały komunikacji powinny być dostosowane do specyfiki danej grupy wiekowej, do której będą kierowane określone treści). Odbiorcy kampanii powinni zyskać większą świadomość i odpowiednio reagować na próby oszustw i wyłudzeń; jak bezpiecznie korzystać z usług finansowych w internecie, na co zwracać uwagę zapoznając się z ofertą inwestycyjną, jak rozpoznać podejrzaną rozmowę telefoniczną, itp.

#### **Cel główny:**

Podniesienie świadomości mieszkańców Polski w wieku 13+ na temat różnych zagadnień z zakresu: oszustw finansowych i cyberbezpieczeństwa finansowego, w celu zwiększenia ogólnego bezpieczeństwa finansów osobistych mieszkańców Polski.

#### **Cele szczegółowe:**

1. Zwiększenie świadomości w zakresie ryzyka wystąpienia oszustw finansowych.

2. Zwiększenie świadomości w zakresie rozpoznawania oznak, że coś lub ktoś może nie być tym, za co/kogo się podaje (np. podszywanie się pod instytucje publiczne jak policja, bank, pod członków rodziny czy znane osoby).
3. Promocja zasad rozsądnego, odpowiedzialnego i bezpiecznego korzystania z usług i instrumentów finansowych, zwłaszcza w internecie, w tym zwiększenie świadomości w zakresie potrzeby zachowania bezpieczeństwa swoich i rodzinnych danych osobowych, osobistych informacji finansowych i informacji dotyczących bezpieczeństwa (w tym haseł i numerów PIN) oraz świadomości konsekwencji kradzieży tożsamości.
4. Upowszechnianie wiedzy na temat metod socjotechnicznych i manipulacji stosowanych przez oszustów, w tym też nowoczesnych technik wykorzystywanych do oszustw (np. z użyciem AI) oraz jak się przed nimi chronić.
5. Upowszechnianie informacji o instytucjach i organizacjach działających na rzecz ochrony konsumentów, korzystających z produktów i usług finansowych oraz o cyberbezpieczeństwie transakcji finansowych, w tym informacji co zrobić, jeżeli padło się ofiarą oszustwa lub wyłudzenia.

**Grupa docelowa:**

Mieszkańcy Polski w wieku 13+.

W ramach ogólnej grupy docelowej Oferent powinien przewidzieć podział na podgrupy odbiorców tj. grupy wiekowe/pokoleniowe i zaproponować poszczególne grupy wiekowe, do których będą kierowane treści w ramach realizowanej kampanii (np. młodzież 13-17 lat, młodzi dorośli 18-24 lat, dorośli (25-65 lat), osoby starsze (65+ lat). Kampania powinna dotrzeć do całego społeczeństwa niezależnie od podgrupy odbiorców.

## II. Podstawy prawne

Konkurs jest ogłoszony na podstawie:

1. art. 43h pkt 1 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego, o Rzeczniku Finansowym i o Funduszu Edukacji Finansowej (Dz. U. z 2024 r. poz. 1109)
2. rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 12 lipca 2023 r. w sprawie dotacji celowej z Funduszu Edukacji Finansowej na realizację działań z zakresu edukacji finansowej (Dz. U. 2023, poz. 1358).

## III. Słownik pojęć

Dysponent – minister właściwy do spraw instytucji finansowych

Ministerstwo – urząd obsługujący Dysponenta

Fundusz – Fundusz Edukacji Finansowej

Konkurs – konkurs na „Ogólnopolską medialną kampanię informacyjną” na temat cyberbezpieczeństwa finansowego i oszustw finansowych

Oferent – podmiot ubiegający się o przyznanie Dotacji celowej na realizację Kampanii

Beneficjent – Oferent wyłoniony przez Dysponenta zgodnie z punktem XV i XVI Regulaminu

Kampania – zaplanowane działania informacyjne realizowane z wykorzystaniem różnego rodzaju kanałów komunikacji tj. TV, radio, media społecznościowe, prasa, itp. zgodnie z Ofertą Beneficjenta

Dotacja celowa – środki z Funduszu na realizację kampanii

Regulamin – dokument określający warunki Konkursu na realizację kampanii

Rozporządzenie – rozporządzenie, o którym mowa w punkcie II.2. Regulaminu

SOD – System Obsługi Dotacji

Strategia – dokument zawierający propozycję głównych założeń biznesowych, cele, określający grupy odbiorców, kosztorys, kanały komunikacji, opis kreacji reklamowych oraz harmonogram i plan realizacji

Zadanie – realizacja przedmiotu Konkursu

Działania – poszczególne elementy przewidziane do realizacji w ramach Zadania, np. spoty audiowizualne, spoty radiowe, wykupienie czasu antenowego, infografiki, grafiki, artykuły, itp.

Oferta – oświadczenie woli zawarcia Umowy zawierające informacje wymienione w punkcie VIII Regulaminu, złożone za pośrednictwem Systemu Obsługi Dotacji (SOD), w tym z korektą dokonaną zgodnie z § 14 ust. 4 lub § 15 rozporządzenia

Umowa – umowa o udzielenie Dotacji celowej, zawarta pomiędzy Dysponentem a Beneficjentem, w celu przekazania Dotacji celowej z Funduszu na realizację określonego w Konkursie Zadania

#### IV. Wysokość środków na realizację Zadania

1. Maksymalna kwota środków finansowych planowana do przyznania w ramach Dotacji celowej w Konkursie wynosi 8 000 000 zł.
2. Ostateczna wysokość przyznanej Dotacji celowej będzie wynikiem oceny Oferty.
3. Dotacja celowa może być wypłacana w transzach uzgodnionych w Umowie.

#### V. Oferenci uprawnieni do uczestnictwa w Konkursie

1. Do Konkursu mogą przystąpić organizacje pozarządowe, w tym: stowarzyszenia, fundacje i inne posiadające osobowość prawną podmioty, **powstałe najpóźniej 31 grudnia 2020 r.**, które realizują zadania z zakresu edukacji finansowej, ekonomicznej lub przedsiębiorczości.
2. Muszą to być podmioty, które nie działają w celu osiągnięcia zysku oraz przeznaczają całość dochodu na realizację celów statutowych oraz nie przeznaczają zysku do podziału między swoich członków, udziałowców, akcjonariuszy i pracowników.
3. Oferent powinien wykazać się realizacją, w okresie 3 lat poprzedzających termin składania Oferty, co najmniej jednego Zadania podobnego do przedmiotu Konkursu,

tj. polegającego na przygotowaniu Strategii ogólnopolskiej medialnej kampanii informacyjnej i jej realizacji.

4. Każdy z uprawnionych do uczestnictwa w Konkursie Oferentów może zgłosić do Konkursu tylko jedną Ofertę.
5. Przy realizacji Zadania Beneficjent może korzystać ze wsparcia innych podmiotów, np. w formie zawarcia umów na wykonanie niektórych Działań lub ich części. Za terminowe i rzetelne wykonanie Zadania odpowiada Beneficjent.
6. W przypadku, jeżeli Beneficjent będzie korzystał ze wsparcia ze strony agencji reklamowej/domu mediowego zaleca się, aby podmioty te były zrzeszone w organizacjach branżowych, np. IAB Polska. Podmiot taki powinien mieć doświadczenie w realizacji kampanii społecznych, edukacyjnych.

## VI. Zagadnienia Kampanii

Działania informacyjne w ramach Kampanii mają na celu podniesienie świadomości jej odbiorców, tj. dostarczyć informacje, wyjaśnić określone zagadnienia, zainteresować i zachęcić do pogłębiania wiedzy, zainspirować, pomóc w rozwinięciu umiejętności oraz w kształtowaniu pozytywnych postaw i zachowań, w zakresie następujących zagadnień:

- 1) Istnienie powszechnego ryzyka wystąpienia oszustw finansowych w tym w związku z korzystaniem z usług i instrumentów finansowych,
- 2) Rodzaje zagrożeń związanych z funkcjonowaniem w środowisku cyfrowym i zasad bezpieczeństwa finansów osobistych w internecie, w tym ochrony danych osobowych,
- 3) Rozpoznawanie oznak podszywania się pod inną osobę, instytucję publiczną, bank itp.
- 4) Zachowanie bezpieczeństwa danych osobowych (np. PESEL), osobistych informacji finansowych i dotyczących bezpieczeństwa (np. haseł, numerów PIN itp.), konsekwencji kradzieży tożsamości oraz sposobów ochrony danych przed oszustami,
- 5) Sposoby chronienia się przed technikami manipulacji psychologicznej, socjotechnicznej i dezinformacji oraz sposoby postępowania w przypadku stania się ofiarą oszustwa finansowego,
- 6) Źródła informacji i ostrzeżeń dotyczących oszustw finansowych oraz organów publicznych, do których należy zgłaszać wyłudzenie danych osobowych oraz oszustwa finansowe.

## VII. Założenia Kampanii

1. Kampania musi mieć zasięg ogólnopolski i wykorzystywać różne rodzaje kanałów komunikacji, w tym telewizję, radio, internet, media społecznościowe, prasę i inne zaproponowane przez Oferenta.

2. Realizacja przedmiotu Konkursu przewidziana jest na 10 miesięcy, w tym: 2 miesiące na przygotowanie Kampanii, 6 miesięcy na realizację działań informacyjnych, 2 miesiące na przeprowadzenie ewaluacji Zadania i dostarczenie jej wyników Dysponentowi.
3. W każdym miesiącu realizacji kampanii Beneficjent będzie realizował Działania w zakresie jednego z zagadnień opisanych w punkcie VI Regulaminu, w kolejności wskazanej tamże, tak by w ciągu 6 miesięcy poruszone były wszystkie zagadnienia.
4. Materiały informacyjne, takie jak: spoty audiowizualne, spoty radiowe, infografiki, grafiki dla każdego z zagadnień Kampanii i inne, będą konsultowane i akceptowane przez Dysponenta przed zleceniem przez Beneficjenta ich publikacji.
5. Działania kampanii (np. spoty, infografiki itp.) mają odsyłać do strony internetowej Kampanii (tzw. landing page). Strona ma być prosta i przejrzysta. Będzie zawierać wszystkie materiały informacyjne przygotowane w ramach Kampanii, dodatkowe informacje w zakresie zagadnień Kampanii oraz linki do stron innych instytucji publicznych zawierających materiały opracowane przez te instytucje w zakresie zagadnień Kampanii, np. NASK, UKNF, UOKIK, Centralne Biuro Zwalczenia Cyberprzestępczości.
6. Przed przygotowaniem Oferty Oferent powinien zrobić analizę rynku pod kątem kampanii informacyjnych, które dotyczą tematu cyberbezpieczeństwa finansowego oraz oszustw finansowych (np. piramidy finansowe, wyłudzenia na rynku walutowym i kapitałowym).
7. Ewaluacja kampanii, o której mowa w punkcie IX.4. Regulaminu musi umożliwić ocenę skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań komunikacyjnych, również pod kątem skuteczności i efektywności finansowej.
8. Strona kampanii musi uwzględniać wymogi bezpieczeństwa określone w Załączniku nr 1 do Regulaminu. Strona musi spełniać standardy dostępności dla osób niepełnosprawnych określone w Ustawie z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1440) (co najmniej WCAG 2.1).

## VIII. Oferta

1. Oferta powinna pokazywać jakie Działania zostaną zrealizowane ze środków Dotacji celowej, w jaki sposób i do kogo Działania będą adresowane, kiedy poszczególne Działania będą realizowane oraz jaki jest ich koszt.
2. Oferta powinna zakładać wykorzystanie współczesnych środków masowego przekazu o szerokim zasięgu. Kanały i sposób komunikacji muszą być dopasowane do grup odbiorców.
3. Oferta musi wskazywać proponowaną do realizacji liczbę spotów audiowizualnych, spotów radiowych i ich długość, a także wskazywać media, w których planowana jest ich emisja.
4. W odniesieniu do artykułów w prasie, Oferta musi wskazać gazety, w których planowana jest ich publikacja.
5. Zadaniem Oferenta jest wyszukanie *insightów*, wskazanie motywacji, korzyści oraz szczegółowe określenie tonu przekazu i dopasowanie go do specyfiki grup odbiorców.

6. Komunikaty powinny być czytelne, łatwe w odbiorze, przy niskim zaangażowaniu uwagi.
7. Oferta powinna zawierać:
  - 7.1. Strategię kampanii zawierającą założenia, która opiera się na poniższych podpunktach. Do każdego podpunktu wymagane jest uzasadnienie.
    - 7.1.1. opis sytuacji wyjściowej w kontekście społecznym na podstawie:
      - 7.1.1.1. wyników dostępnych badań dotyczących kompetencji cyfrowych i finansowych mieszkańców Polski, w tym zwłaszcza w zakresie cyberbezpieczeństwa<sup>1</sup>,
      - 7.1.1.2. analizy socjodemograficznej Polski;
    - 7.1.2. zdefiniowanie grup odbiorców Zadania w odniesieniu do planowanej Kampanii i jej celów na podstawie opisu sytuacji wyjściowej;
    - 7.1.3. hasło promocyjne, slogan i hashtag Kampanii odnoszący się do Zadania;
    - 7.1.4. wstępne propozycje przekazów do zdefiniowanych grup odbiorców Kampanii wraz z informacją o kanałach komunikacji;
    - 7.1.5. opis języka komunikacji i sposobu, w jaki będą konstruowane informacje i przekazy w Kampanii, które powinny być dostosowane do zdefiniowanych grup odbiorców Kampanii;
    - 7.1.6. opis Działań i sposobu ich realizacji z uwzględnieniem charakterystyki grup docelowych Kampanii, narzędzi oraz sposobów ich mierzenia, uwzględniający założenia ogólnopolskiej medialnej Kampanii informacyjnej;
    - 7.1.7. pomysł kreatywny, który będzie zawierał również informacje o liczbie proponowanych spotów audiowizualnych, spotów radiowych, infografik, grafik, innych rekomendowanych przez Oferenta formatów (np. do social mediów) dla każdego z zagadnień Kampanii z uwzględnieniem grup odbiorców i zarysu scenariuszy tych spotów oraz przedstawienie zarysu materiałów pisanych (w tym idea kreatywna i eksplikacja), a także graficzny motyw przewodni;
    - 7.1.8. wskaźniki dotarcia, w tym GRP, oraz ich wartości planowane do osiągnięcia dla każdego z Działań, w oparciu o które będzie przeprowadzona przez Beneficjenta ewaluacja.
  - 7.2. Propozycję założeń ewaluacji Kampanii umożliwiającą ocenę skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań komunikacyjnych, również pod kątem skuteczności i efektywności finansowej.
  - 7.3. Propozycję rozwiązań technicznych i funkcjonalnych w zakresie strony internetowej Kampanii uwzględniającą wymogi bezpieczeństwa określone w Załączniku nr 1 do Regulaminu wraz z uzasadnieniem zastosowania zaproponowanych rozwiązań.
  - 7.4. Projekt propozycji strony internetowej w formacie pdf pokazujący koncepcję graficzną.

---

<sup>1</sup> Przykładowy katalog źródeł informacji o badaniach i inicjatywach stanowi Załącznik nr 2 do Regulaminu.

- 7.5. Harmonogram realizacji Kampanii bazujący na określonych w Strategii kampanii punktach wraz z uzasadnieniem oraz wskazaniem, które działania lub ich części Oferent zamierza zlecić innym podmiotom.
  - 7.6. Szczegółowy kosztorys wraz z uzasadnieniem kosztów i wskazaniem Działań, których koszty te dotyczą.
  - 7.7. Informację o doświadczeniu osób zaangażowanych w przygotowanie i realizację Kampanii, w tym o projektach realizowanych przez nich. W zakresie pracowników Oferenta należy opisać doświadczenie zawodowe z okresu ostatnich 3 lat w zakresie realizacji Działań, które dane osoby będą wykonywać w ramach realizacji Zadania.
  - 7.8. Informację o wcześniejszej działalności Oferenta w zakresie, którego dotyczy Zadanie.
  - 7.9. Jeżeli Oferent planuje współpracę z innym podmiotem przy realizacji Zadania również informację o doświadczeniu tego podmiotu.
8. Do Oferty należy dołączyć dokumenty, z których wynika umocowanie osób do jej złożenia w ramach Konkursu, a także dokumenty potwierdzające, że Oferent nie działa w celu osiągnięcia zysku oraz przeznaczca całość dochodu na realizację celów statutowych i nie przeznaczca zysku do podziału między swoich członków, udziałowców, akcjonariuszy ani pracowników (np. statut).
9. Koszty związane z przygotowaniem Oferty ponosi Oferent.

#### IX. Etapy realizacji Zadania będącego przedmiotem Konkursu

Realizacja Zadania będzie podzielona na następujące etapy:

1. Przygotowanie do realizacji kampanii zgodnie ze Strategią kampanii zawartą w Ofercie.
2. Przygotowanie i utrzymanie strony internetowej Kampanii.
3. Realizacja Kampanii.
4. Przedstawienie Dysponentowi wyników ewaluacji Kampanii.

#### X. Wybrane warunki dotyczące realizacji przedmiotu Konkursu

1. Początek realizacji Zadania zostanie określony w Umowie.
2. W realizacji Zadania nie przewiduje się udzielania pomocy publicznej. Jego celem jest sfinansowanie Działań o charakterze informacyjnym i powszechnym.
3. Beneficjent nieodpłatnie udzieli Dysponentowi licencji wyłącznej terminowej, bez ograniczeń terytorialnych do wszystkich Utworów oraz wszystkich ich części składowych oraz zgody na wykonywanie praw zależnych i przeniesie na Dysponenta prawo zezwalania na wykonywanie praw zależnych do Utworów, na okres 12 miesięcy od dnia zakończenia realizacji Zadania, na polach eksploatacji wymienionych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, w szczególności na polach eksploatacji, o których mowa w § 9 ust. 1 Umowy.
4. Po zakończeniu Zadania, kod strony internetowej oraz jej domena powinny zostać udostępnione przez Beneficjenta Dysponentowi na okres, o którym mowa w punkcie 3.

5. Przez cały okres realizacji przedmiotu Umowy, Beneficjent ponosi ryzyko zwiększenia kosztów wykonania Zadania.

#### XI. Zasady finansowania

1. Na realizację Zadania określonego w niniejszym Konkursie można otrzymać Dotację celową w wysokości 100% kosztów kwalifikowanych, poniesionych w terminie określonym w § 3 ust. 2 Umowy.
2. Jeśli Oferent prowadzi zarówno działalność gospodarczą, jak i niegospodarczą, przedmiot Konkursu, którego dotyczy Oferta nie może być związany z prowadzeniem działalności gospodarczej. Oferent jest zobowiązany zapewnić rozdzielność rachunkową tego Zadania od reszty działalności, przede wszystkim gospodarczej, tak aby uniknąć subsydiowania skrośnego.
3. Beneficjent odpowiada za całość prac związanych z realizacją Zadania wobec Dysponenta.

#### XII. Termin i miejsce składania Ofert

1. Termin składania ofert wynosi 45 dni od dnia publikacji ogłoszenia na stronie podmiotowej Ministerstwa Finansów.
2. Złożenia Oferty dokonuje się wyłącznie za pomocą SOD, dostępnego na stronie internetowej pod adresem:

<https://sod.mf.gov.pl/>

#### XIII. Warunki finansowania Zadania ze środków Funduszu

1. Koszty w ramach realizacji Zadania są kwalifikowane, jeżeli są:
  - 1.1. niezbędne dla realizacji Zadania,
  - 1.2. poniesione w sposób racjonalny i efektywny,
  - 1.3. wykorzystane wyłącznie na cel wskazany w ogłoszeniu niniejszego Konkursu,
  - 1.4. faktycznie poniesione w terminie określonym w Umowie jako termin realizacji zadania,
  - 1.5. identyfikowalne i weryfikowalne, w szczególności zarejestrowane w wyodrębnionej ewidencji księgowej i dokumentacji finansowo-księgowej Oferenta i opisywanej zgodnie z zasadami wynikającymi z ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. z 2023 r. poz. 120, ze zm.),
  - 1.6. zostały przewidziane w kosztorysie realizacji Zadania,
  - 1.7. poniesione na Działania określne w Ofercie.
2. Koszty kwalifikowane w ramach realizacji Zadania dzielą się na koszty bezpośrednie i koszty pośrednie.
3. Koszty bezpośrednie to koszty, które są niezbędne do realizacji Zadania, np.:



- 3.1. koszty produkcji spotów i publikacji reklamy w mediach społecznościowych, prasie, TV, radio itp., koszty związane ze zbudowaniem i prowadzeniem strony internetowej projektu, itp;
- 3.2. koszty wynagrodzenia usługodawców i specjalistów przy pomocy, których Beneficjent realizuje Zadanie;
- 3.3. koszty zakwaterowania oraz koszty podróży służbowych ekspertów i specjalistów przy pomocy, których Beneficjent realizuje Zadanie, które należy rozliczyć zgodnie z przepisami rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz.U. z 2023 r. poz. 2190), w tym noclegi, bilety komunikacji publicznej lub koszty przejazdów prywatnymi środkami transportu, z zaznaczeniem, że
  - wydatki poniesione przez Beneficjenta w związku z przejazdem samochodem prywatnym rozlicza się jako iloczyn liczby kilometrów i maksymalnych stawek za jeden kilometr określonych w § 2 rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 25 marca 2002 r. w sprawie warunków ustalania oraz sposobu dokonywania zwrotu kosztów używania do celów służbowych samochodów osobowych, motocykli i motorowerów niebędących własnością pracodawcy (Dz. U. z 2002 r. poz. 271, z późn. zm.).
  - rozliczenie kosztów podróży wymaga przedstawienia przez Beneficjenta stosownego oświadczenia, w którym należy wskazać: trasę przejazdu (od-do), termin przejazdu, imię i nazwisko ekspertów i specjalistów przy pomocy, których Beneficjent realizuje Zadanie, liczbę kilometrów, numer rejestracyjny i pojemność silnika samochodu.
4. Koszty pośrednie to koszty związane z obsługą realizacji Zadania, w szczególności:
  - 4.1. wynagrodzenie koordynatora Zadania (jedynie w części odpowiadającej zaangażowaniu danej osoby w realizację Zadania),
  - 4.2. inne wynagrodzenia (np. wynagrodzenie obsługi księgowej, kadrowo-płacowej i prawnej związanej z wykonaniem Zadania (jedynie w części odpowiadającej zaangażowaniu danej osoby w realizację Zadania)),
  - 4.3. wydatki przeznaczone na zakup materiałów biurowych wykorzystywanych w ramach realizacji Zadania,
  - 4.4. opłaty za telefon, internet, energię elektryczną, opłaty bankowe, pocztowe itp. (jedynie w części opowiadającej okresowi realizacji Zadania).
5. W przypadku kosztów wynagrodzenia personelu Beneficjenta (co do zasady zaliczanych do kosztów kwalifikowanych), w tym kosztów osobowych w ramach kosztów bezpośrednich oraz kosztów osobowych administracji i obsługi realizacji Zadania w ramach kosztów pośrednich, kwalifikowane są wszystkie składniki wynagrodzenia, tj. w szczególności: wynagrodzenie netto, składki na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, zaliczka na podatek dochodowy od osób fizycznych, składki na Fundusz Pracy, Fundusz Gwarantowanych

Świadczeń Pracowniczych, Fundusz Solidarnościowy, Pracownicze Plany Kapitałowe (w wysokości nie przekraczającej 1,5% wynagrodzenia).

6. Koszty pośrednie mogą wynieść nie więcej niż 300 000 zł.
7. W przypadku, kiedy Oferent nie ma możliwości odzyskania podatku VAT, wszelkie koszty jakie zostały wskazane w kosztorysie są kosztami brutto – podatek VAT jest kosztem kwalifikowalnym.
8. W sytuacji, kiedy Oferent jest uprawniony do odzyskania podatku VAT, ustala w kosztorysie koszty netto w tym zakresie – w takiej sytuacji podatek VAT jest kosztem niekwalifikowalnym.
9. Aktem prawnym, w oparciu o który należy badać możliwość odzyskania podatku VAT, jest ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. z 2024 r. poz. 361).
10. Dowodem poniesienia kosztu jest wystawiona faktura lub rachunek lub inny dokument księgowy o równoważnej wartości dowodowej. Wszystkie oryginały dokumentów księgowych dotyczące ponoszonych kosztów bezpośrednich muszą być prawidłowo opisane tak, aby widoczny był ich związek z realizowanym działaniem. W opisie dokumentu należy uwzględnić informacje takie jak: nr Umowy, nr pozycji zgodnie z kosztorysem realizacji Zadania, w ramach którego koszt został poniesiony, kwotę kwalifikowaną w odniesieniu do danej czynności, a także potwierdzenie sprawdzenia, że dokument potwierdza faktyczny przebieg i zakres dokonanej operacji gospodarczej, poprzez podpis osoby upoważnionej z datą złożenia podpisu (proponowany zapis: „Sprawdzono pod względem merytorycznym”, data i podpis), potwierdzenie dokonania kontroli formalno-rachunkowej przez osobę do tego upoważnioną poprzez złożenie podpisu z datą dokonania kontroli (proponowany zapis: „Sprawdzono pod względem formalno-rachunkowym”, data i podpis), zapis sposobu wskazania ujęcia dowodu w księgach rachunkowych oraz podpis osoby odpowiedzialnej za te wskazania (tzw. dekret księgowy), wskazanie daty dokonania płatności oraz dokumentu potwierdzającego dokonanie płatności.
11. W toku realizacji Zadania dopuszcza się samodzielne dokonywanie przez Beneficjenta przesunięć kosztów kwalifikowanych w kosztorysie Zadania między działaniami, o których mowa w § 1 ust. 4 pkt 6 Umowy i między pozycjami kosztów:
  - 1) jedynie w ramach kosztów bezpośrednich do wysokości 50 000 zł;
  - 2) z kosztów pośrednich do kosztów bezpośrednich do wysokości 50 000 zł.
12. Przesunięcia, o których mowa w pkt. 11 nie wymagają sporządzenia aneksu do Umowy.
13. Nie jest możliwe przesunięcie kosztów kwalifikowanych Zadania z kosztów bezpośrednich do kosztów pośrednich.
14. Do gromadzenia, wydatkowania i rozliczenia z Dotacji celowej niezbędne jest założenie odrębnego konta bankowego, przeznaczonego wyłącznie do obsługi środków pochodzących z Dotacji celowej.
15. Za wykorzystanie Dotacji celowej uznaje się dokonanie zapłaty za realizację Zadania zgodnie z przedstawionymi dokumentami księgowymi, o których mowa w punkcie 10, bezpośrednio z przekazanej Dotacji celowej. Niedozwolone jest podwójne finansowanie

kosztów, czyli zrefundowanie całkowite lub częściowe danego wydatku dwa razy ze środków publicznych.

16. Po stronie Beneficjenta leży odpowiedzialność za to, by na każdym etapie procedowania Umowy oraz realizacji Zadania planowane i ponoszone koszty nosiły wszystkie znamiona kwalifikowalności w rozumieniu postanowień Regulaminu i Umowy.
17. Dotacja celowa podlega wykorzystaniu i rozliczeniu na zasadach określonych w niniejszym Regulaminie, Umowie oraz zgodnie z ustawą z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1530, ze zm.) i Rozporządzeniem.
18. Dotacja celowa podlega rozliczeniu rocznemu. Środki z Dotacji celowej przekazane na realizację Zadania w 2025 roku Beneficjent będzie zobowiązany wykorzystać w terminie od dnia zawarcia Umowy do dnia 31 grudnia 2025 r., a środki z Dotacji celowej przekazanej na realizację Zadania w 2026 r. od dnia ich przekazania do dnia określonego w § 3 ust. 2 Umowy.
19. W toku realizacji Zadania Beneficjent będzie zobowiązany przedkładać Dysponentowi do oceny rozliczenie i sprawozdanie okresowe (§ 12 ust. 1 Umowy), do zatwierdzenia rozliczenie i sprawozdanie roczne (12 ust. 3 Umowy) oraz rozliczenie i sprawozdanie końcowe (§ 12 ust. 4 Umowy).

#### XIV. Koszty niekwalifikowane

1. Do kosztów, które nie mogą być finansowane ze środków pochodzących z Dotacji celowej należą m.in.:
  - 1.1. podatek od towarów i usług (VAT), jeśli może zostać odliczony w oparciu o ustawę z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług;
  - 1.2. wydatki powyżej 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych) na zakup i wytworzenie środków trwałych lub zakup wartości niematerialnych i prawnych (w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 15 ustawy o rachunkowości oraz art. 16a ust. 1 w związku z art. 16d ust. 1 ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz. U. z 2023 r. poz. 2805, ze zm.), w tym:
    - 1.2.1. urządzeń o wartości powyżej 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych),
    - 1.2.2. aplikacji i stron internetowych o wartości powyżej 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych),
    - 1.2.3. dóbr prawnych o wartości powyżej 10 000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych) (autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje itp.), których przewidywany okres użytkowania jest dłuższy niż 12 miesięcy oraz zostały przeznaczone na potrzeby własne Beneficjenta lub oddane do użytkowania na podstawie umów najmu czy dzierżawy;
  - 1.3. zakup wyposażenia administracyjno-biurowego, w tym komputerów;
  - 1.4. amortyzacja;
  - 1.5. odsetki z tytułu niezapłaconych w terminie zobowiązań;

- 1.6. nagrody, premie i inne formy bonifikaty w postaci rzeczowej lub finansowej dla osób zaangażowanych w realizację Zadania związanego z wykorzystaniem Dotacji celowej;
  - 1.7. koszty kary i grzywny;
  - 1.1. koszty podróży służbowych innych niż wymienione w punkcie XIII.3. podpunkt 3.3. Regulaminu;
  - 1.8. rezerwa na pokrycie przyszłych strat lub zobowiązań;
  - 1.9. podatki i opłaty z wyłączeniem: podatku dochodowego od osób fizycznych, składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, składek na Fundusz Pracy, Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych oraz Fundusz Solidarnościowy, Pracownicze Plany Kapitałowe (w wysokości nie przekraczającej 1,5% wynagrodzenia) a także opłat za zaświadczenie o niekaralności oraz opłat za zajęcie pasa drogowego;
  - 1.10. zakup lub wynajem nieruchomości.
2. Koszty uznane za niekwalifikowane, a związane z realizacją Zadania, ponosi Beneficjent jako strona umowy o finansowanie realizacji zadania ze środków z Dotacji celowej.

#### XV. Ocena Ofert

1. Ocena Oferty składa się z oceny formalnej i merytorycznej.
2. W przypadku stwierdzenia w Ofercie braków lub błędów, Ministerstwo może wezwać Oferenta do uzupełnienia bądź korekty Oferty, określając termin ich dokonania. Podstawowym kanałem przekazywania uwag jest adres mailowy podany w Ofercie.
3. Pod względem merytorycznym oceniane są jedynie kompletne Oferty, tzn. takie, które zostały przesłane przez podmioty określone w punkcie V.1. – V.3. Regulaminu, zawierają wszystkie wymagane elementy opisane w punkcie VIII Regulaminu, a także zostały przesłane za pośrednictwem SOD w terminie wskazanym, w punkcie XII.1. Regulaminu oraz w ogłoszeniu.
4. Przy ocenie Ofert brane będzie po uwagę, czy Oferent zrobił analizę rynku pod kątem kampanii informacyjnych, które dotyczą tematu cyberbezpieczeństwa finansowego oraz oszustw finansowych (np. piramidy finansowe, wyłudzenia na rynku walutowym i kapitałowym).
5. Ocenie merytorycznej podlegają:
  - 5.1. Możliwość realizacji Zadania objętego Konkursem w szczególności na podstawie:
    - 5.1.1. doświadczenia, potencjału i specjalizacji Oferenta w realizacji Zadania objętego Konkursem na podstawie informacji o wcześniejszej działalności Oferenta (10 punktów),
    - 5.1.2. zasobu kadrowego Oferenta, zapewniającego właściwą realizację Zadania objętego Konkursem, a jeżeli Oferent planuje współpracę z innym podmiotem przy realizacji Zadania również doświadczenie tego podmiotu (10 punktów),
    - 5.1.3. zasobów rzeczowych i lokalowych Oferenta umożliwiających realizację Zadania objętego Konkursem (5 punktów).

- 5.2. Jakość Oferty złożonej w ramach Konkursu, w szczególności:
- 4.2.1 opis sposobu realizacji Zadania objętego Konkursem (20 punktów),
  - 4.2.2 spójność i przejrzystość Oferty (20 punktów),
  - 4.2.3 możliwość osiągnięcia celów Zadania objętego Konkursem na podstawie przedstawionego kosztorysu i harmonogramu (20 punktów),
- 5.3. Innowacyjność i kreatywność elementów Oferty, o których mowa w punkcie VIII podpunktach 7.1.3. – 7.1.7. i 7.4. Regulaminu, w szczególności języka i kanałów komunikacji, zaproponowanych Działań, pomysłu kreatywnego (30 punktów).
- 5.4. Adekwatność proponowanych Działań, języka i kanałów komunikacji w odniesieniu do określonych przez Oferenta grup odbiorców (20 punktów).
- 5.5. Dopasowanie i zgodność hasła/sloganu Kampanii z celem ogólnym i celami szczegółowymi (5 punktów).
- 5.6. Możliwość zmierzenia osiągnięcia założonych w Kampanii celów na podstawie zaproponowanych wskaźników dotarcia dla każdego z zagadnień Kampanii (10 punktów),
- 5.7. Koszty realizacji Zadania objętego Ofertą (20 punktów).
- 5.8. Harmonogram realizacji Zadania objętego Ofertą (10 punktów).
- 5.9. W zakresie opisu rozwiązań technicznych strony internetowej oferowane rozwiązanie powinno być oparte na sprawdzonych i solidnych technologiach, spełniać standardy branżowe oraz być odporne na awarie. Oceniane będzie:
- adekwatność proponowanych rozwiązań do określonych w Załączniku nr 1 wymagań (5 punktów),
  - efektywność proponowanych rozwiązań w stosunku do celu, prognozowane korzyści i rezultaty, prognozowane koszty i wysiłek związane z wdrożeniem proponowanego rozwiązania (5 punktów),
  - sposoby zabezpieczenia strony przed zagrożeniami związanymi z bezpieczeństwem danych lub infrastruktury (5 punktów),
  - zgodność zaproponowanego rozwiązania z obowiązującymi przepisami i regulacjami branżowymi (5 punktów).

## XVI. Ogłoszenie wyników Konkursu

1. Do oceny ofert złożonych w konkursie Dysponent powoła komisję konkursową zgodnie z § 13 Rozporządzenia.
2. W oparciu o punktację wynikającą z opinii komisji konkursowej zostanie sporządzony protokół zgodnie z § 7 Rozporządzenia, który następnie Dysponent przekazuje Radzie Edukacji Finansowej w celu zaopiniowania w terminie nie krótszym niż 21 dni.
3. W wyniku oceny zostanie wybrana jedna Oferta. Ostateczna wysokość przyznanej Dotacji celowej będzie wynikiem oceny tej Oferty.

4. Ostatecznego rozstrzygnięcia Konkursu dokonuje Dysponent.
5. Od wyników rozstrzygnięcia Konkursu nie ma odwołania.
6. Dysponent ma prawo unieważnić Konkurs podając przyczyny.
7. Przewidywany termin oceny Ofert – do trzech miesięcy.

#### XVII. Warunki realizacji przedmiotu Konkursu

1. Podstawą do sporządzenia umowy o udzieleniu Dotacji celowej na realizację Zadania jest podjęcie przez Dysponenta decyzji, o której mowa w § 9 ust. 1 pkt 1 Rozporządzenia.
2. Ministerstwo wysyła do Beneficjenta projekt Umowy o udzielenie Dotacji celowej do podpisania.
3. Beneficjent może podpisać Umowę pisemnie albo kwalifikowanym podpisem elektronicznym. W przypadku zawierania Umowy w wersji pisemnej Beneficjent drukuje projekt Umowy w 3 egzemplarzach, uzupełnia brakujące w niej informacje oraz podpisuje wszystkie egzemplarze. Umowę należy podpisać w sposób czytelny lub z pieczętą imienną. W przypadku podpisywania Umowy kwalifikowanym podpisem elektronicznym Beneficjent również uzupełnia brakujące w niej informacje oraz podpisuje. Umowę podpisuje/podpisują osoba wskazana/osoby wskazane w Umowie jako uprawniona/uprawnione do zawierania umów w imieniu Beneficjenta.
4. Beneficjent zobowiązany jest niezwłocznie odesłać uzupełnione i podpisane 3 egzemplarze Umowy wraz z ewentualnymi dokumentami uzupełniającymi. Umowę podpisaną kwalifikowanym podpisem elektronicznym należy niezwłocznie odesłać w wersji elektronicznej.
5. W przypadku nieodesłania Umowy przez Beneficjenta, w ciągu 7 dni od dnia jej otrzymania, Dysponent może odstąpić od zawarcia Umowy, co skutkować będzie utratą Dotacji celowej.
6. Beneficjent ma obowiązek dostarczyć wraz z Umową:
  - 6.1. wydruk aktualnego odpisu z rejestru lub wyciąg z ewidencji (w przypadku KRS nie ma tego obowiązku) lub poświadczoną za zgodność z oryginałem kopię innego dokumentu potwierdzającego status prawny Beneficjenta i umocowanie osób go reprezentujących;
  - 6.2. wydruk Oferty z SOD podpisany przez osobę uprawnioną /osoby uprawnione do jej złożenia w imieniu Beneficjenta (w przypadku podpisywania Umowy z użyciem kwalifikowanego podpisu elektronicznego, Ofertę można podpisać w sposób analogiczny i przesłać w wersji elektronicznej). W przypadku, gdyby Oferta została zmieniona, w wyniku korekty, o której mowa w § 14 ust. 4 lub § 15 Rozporządzenia, należy dostarczyć zmienioną Ofertę.
7. Dniem zawarcia Umowy o udzielenie Dotacji celowej na realizację Zadania, jest dzień podpisania jej przez Dysponenta.
8. Jeden egzemplarz Umowy jest odsyłany przez Ministerstwo do Beneficjenta.

9. Środki na realizację Zadania mogą być wydatkowane w terminie określonym § 3 ust. 2 Umowy.
10. Umowa o udzielenie Dotacji celowej określa warunki udzielenia Dotacji celowej, realizacji oraz rozliczania Zadania, w tym:
  - 10.1. obowiązki Beneficjenta Konkursu;
  - 10.2. sposób i warunki udzielenia Dotacji celowej;
  - 10.3. zasady dotyczące wykorzystania Dotacji celowej;
  - 10.4. sposób rozliczenia Dotacji celowej;
  - 10.5. zwroty Dotacji celowej;
  - 10.6. zasady dotyczące informacji i promocji;
  - 10.7. zasady monitoringu realizacji Zadania i obowiązków sprawozdawczych;
  - 10.8. tryb i zasady kontroli realizacji Zadania.
11. Wzór Umowy o udzielenie Dotacji celowej na realizację Zadania, stanowi Załącznik nr 3 do Regulaminu.
12. Zawarcie umowy oznacza, że złożona Oferta, Umowa i pozostałe dokumenty projektowe stają się informacją publiczną w rozumieniu art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2022 r. poz. 902), z zastrzeżeniem wynikającym z art. 5 ust. 2 tej ustawy, w szczególności z zachowaniem wymogów wynikających z przepisów o ochronie danych osobowych.
13. Ostateczna interpretacja niniejszego Regulaminu należy do wyłącznej kompetencji Dysponenta.

Załączniki:

- 1) Załącznik nr 1 - Wytyczne dotyczące bezpieczeństwa strony
- 2) Załącznik nr 2 - Źródła informacji – katalog otwarty
- 3) Załącznik nr 3 – Wzór Umowy o udzielenie Dotacji celowej
- 4) Klauzula informacyjna Ministerstwa Finansów