

Stanowisko instytucji zarządzającej w sprawie wydatków na materiały promocyjne (tzw. gadżety) w ramach projektów PO KL

(przedstawione w piśmie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego o sygnaturze DZF-II-9223-285-JN/09)

Zgodnie z Planem Komunikacji PO KL, Instytucja Zarządzająca PO Kapitał Ludzki rekomenduje zdecydowane ograniczenie produkcji gadżetów, jako stosunkowo nieefektywnej a kosztownej formy promocji projektów.

Wskazówki dla beneficjentów realizujących projekty w PO KL

1. Materiały promocyjne powinny być zamawiane i dystrybuowane tylko w uzasadnionych przypadkach. Każdy gadżet ujęty w budżecie projektu powinien być opatrzony uzasadnieniem konieczności jego zastosowania.
2. Wybór gadżetów powinien być dopasowany do podejmowanych działań a także grup docelowych projektu. Gadżety powinny być bardzo ściśle związane z działaniami i ich tematyką a rodzaj przedmiotu promocyjnego precyzyjnie dobrany do potrzeb beneficjentów ostatecznych w ramach danego projektu.
3. Przy produkcji materiałów promocyjnych beneficjent powinien kierować się racjonalnością wydatków i relacją ponoszonych kosztów w stosunku do celów, jakie planuje osiągnąć.
4. Beneficjenci powinni mieć na uwadze przede wszystkim efektywność i racjonalność gadżetów oraz ich adekwatność w stosunku do podejmowanych działań projektowych.
5. Gadżety powinny charakteryzować się wartością dodaną (np. zlecenie produkcji instytucjom ekonomii społecznej lub spółdzielniom socjalnym).
6. Produkowane gadżety powinny mieć walor ekologiczny.