

Czy w ramach wydatków na rekrutację (koszty bezpośrednie) akceptowalne są koszty kampanii na nośnikach outdoorowych, w mediach i na portalach społecznościowych na poziomie ok. 400 tys. zł (planowana wartość całkowita projektu to ok. 4,5 mln zł)?

Data publikacji: 12.11.2020

Zgodnie z kryterium dostępu nr 4 wnioskodawca zobowiązany jest zaplanować we wniosku niestandardowe (aktywne) sposoby docierania do potencjalnych uczestników stażu. Przykładowe działania umożliwiające dotarcie do osób młodych, wymagających wsparcia zawarte zostały w opracowaniu Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej „*Wykorzystanie niestandardowych metod docierania do osób młodych na przykładzie osób z grupy NEET*”, które stanowi załącznik nr 9 do *Regulaminu konkursu*. Wydatki ponoszone w związku z realizacją takich działań są kwalifikowalne w ramach kosztów bezpośrednich.

W kosztach tych można rozliczyć również koszty rekrutacji, takie jak: koszty zatrudnienia osoby odpowiedzialnej za rekrutację, doradcy zawodowego, koszt wynajmu sali na potrzeby rekrutacji uczestników projektu.

Dopuszczalne jest zatem uwzględnienie w ramach kosztów bezpośrednich wydatków kampanii rekrutacyjnej na nośnikach outdoorowych, kampanii w mediach i na portalach społecznościowych. Na tym etapie WUP nie może jednak odnieść się do poziomu planowanych wydatków na rekrutację. Zasadność zaplanowanych w tym zakresie działań (ich skala, wykorzystane metody docierania do potencjalnych uczestników), ich racjonalność i efektywność zostanie całościowo oceniona przez KOP w trakcie oceny wniosku.

Należy pamiętać jednak, że wydatki związane ze standardowymi działaniami informacyjno-promocyjnymi (np. zakup materiałów promocyjnych i informacyjnych, zakup ogłoszeń prasowych, utworzenie i prowadzenie strony internetowej o projekcie, oznakowanie projektu, plakaty, ulotki, itp.) w dalszym ciągu stanowią koszty pośrednie projektu